Raquel Peláez

Quiero y no puedo

UNA HISTORIA DE LOS PIJOS DE ESPAÑA



NOBLES · SEÑORITOS · POLLOPERAS
PACOARISTÓCRATAS · CHICAS TOPOLINO
YEYÉS · GAUCHE DIVINE · LA MOVIDA
HIPSTERS · BEAUTIFUL PEOPLE
ROJIPARDOS · CAYETANOS

BLACKIE BOOKS

Raquel Peláez

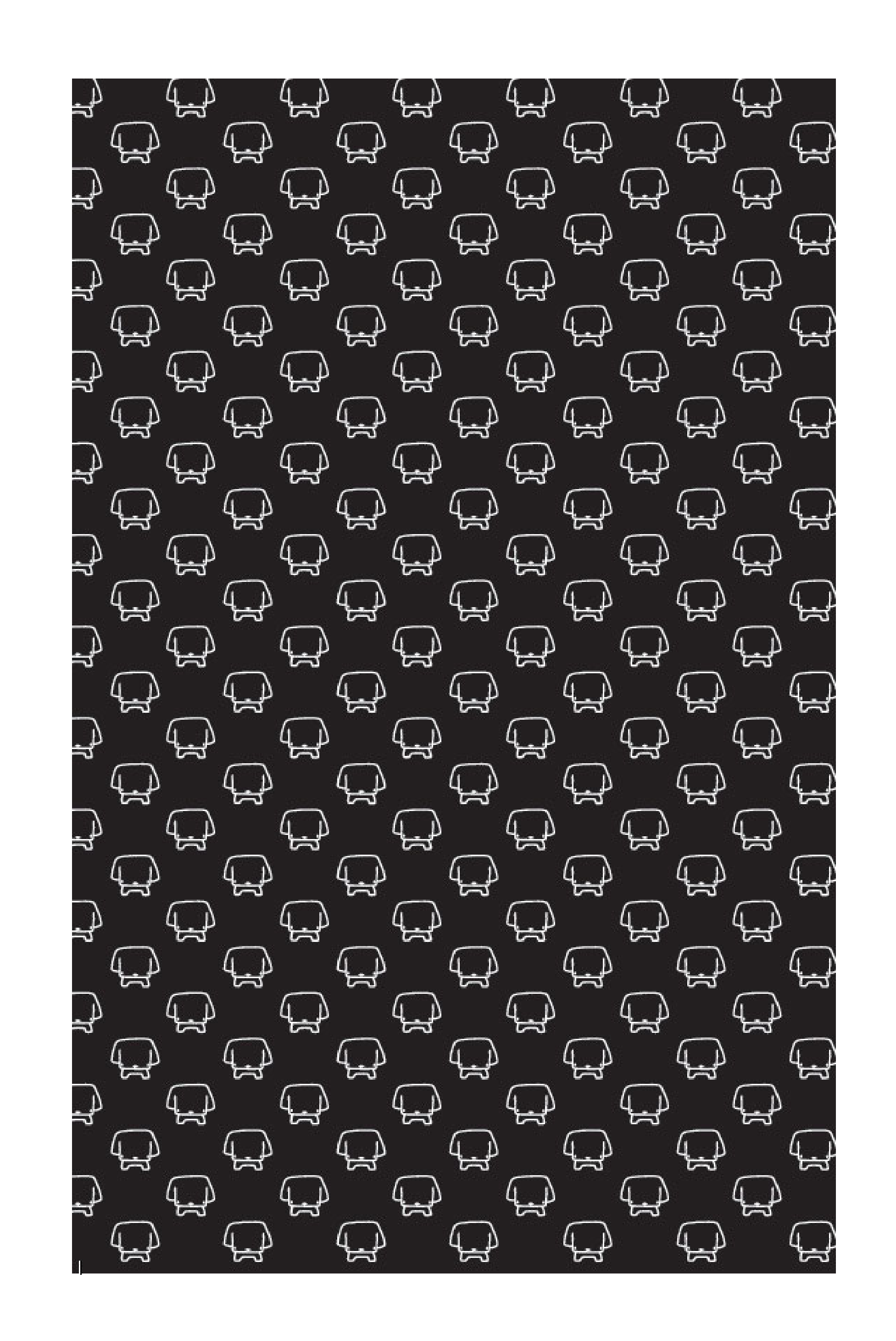
Quiero y no puedo

UNA HISTORIA DE LOS PIJOS DE ESPAÑA



NOBLES · SEÑORITOS · POLLOPERAS
PACOARISTÓCRATAS · CHICAS TOPOLINO
YEYÉS · GAUCHE DIVINE · LA MOVIDA
HIPSTERS · BEAUTIFUL PEOPLE
ROJIPARDOS · CAYETANOS

BLACKIE BOOKS



La perrita Blackie no podía evitar envidiar a esas perritas

con pedigrí, permanente y collar de perlas.

Luego veía a sus dueños y se le pasaba

RAQUEL PELÁEZ

Quiero y no puedo

Una historia de los pijos de España



Índice



Raquel Peláez no cree en las banderas y se acaba creyendo oriunda de los lugares en los que reside aunque la verdad es que nació en Ponferrada (León), al lado de una montaña de carbón de diez millones de metros cúbicos y unos ochenta metros de altura el mismo año en que se promulgó la Constitución del 78. Es periodista y devota de San Antonio de Padua. Escribió sus primeras entradillas en El Diario de León y en La Voz de Galicia, donde comprendió que el infierno de Dante transcurre en una redacción local un domingo por la tarde. Fue creativa en una agencia de publicidad gallega. Allí escribió anuncios para promociones inmobiliarias, lentes de contacto y mejillones. Estudió un Máster en Marketing en el London College of Communication. Trabajó una década en la revista Vanity Fair y ahora lo hace en El País, donde es subdirectora de la revista S Moda. Ha escrito un libro de viajes muy peculiar sobre Madrid (Quemad Madrid, Libros del KO) y otro sobre Londres (Londres, Tinta Blanca). Este es su tercer ensayo.

Diseño de colección y cubierta: Setanta

www.setanta.es

Calle Església, 4-10

08024 Barcelona

www.blackiebooks.org

info@blackiebooks.org

Maquetación: acatia

Primera edición digital: septiembre de 2024

ISBN: 978-84-10323-01-8

Para Marta, mi hermana en todos los sentidos posibles.

Introducción

Qué es ser pijo

A pesar de que a veces Diego Ibáñez se pone un peto de tejido mahón como el que llevan en las cadenas de producción los trabajadores del decadente cinturón industrial de Estados Unidos, el cantante de la banda de rock que acuñó el término «cayetano» está muy lejos de ser clase obrera manufacturera. Él se gana la vida con la música.

Este chico de veinticinco años, que estudió fisioterapia y se crio en el madrileño barrio de Malasaña, me mira fijamente y con sorna, como si me viese venir, cuando le pregunto: «¿Qué es un pijo?».

Estamos sentados entre paredes de ladrillo visto en las oficinas de su mánager, en pleno barrio obrero (y bastión electoral de la izquierda en Madrid) de Legazpi, y el líder de Carolina Durante se encuentra con el problema esencial de todos los estereotipos: su definición. Él mismo, inteligente y sin miedo a la autoparodia, sabe que se ajusta, además, a otro estereotipo: el de malasañero. Quizá por esa clarividencia es autor de una canción que trazó el primer retrato robot de un tipo de pijo muy concreto. Lo describió en una letra que decía así:

Todos mis amigos se llaman Cayetano|Zapatillas Pompeii, algunos tienen barco|Siempre tres botones desabrochados|Menudo pelazo|CEU San Pablo

Joder, cómo mola el verano|Ibiza, Marbella, todos gaditanos Ojo a mis amigas del voluntariado|La finca en Segovia, el puestazo

No votan al PP, votan a Ciudadanos|Morat, Taburete, ¡qué grupazos! En sus conciertos, cómo lo pasamos|En las Big Four, cien mil contactos ¿Quieres entrar ahí?, te recomendamos|Salir de fiesta en reservado

No pasa nada, está to' pagado

Cuando Ibáñez escribió esta letra en 2018 no sabía que Ciudadanos acabaría desapareciendo del espectro político, pero sí que empezaba

a despuntar un nuevo arquetipo asociado a los jóvenes con (supuestamente) alto poder adquisitivo, moral conservadora y claras simpatías derechistas. Jóvenes como Willy Bárcenas, hijo del extesorero del PP y el líder de Taburete, uno de los «grupazos» que se mencionan en la letra.

Aunque, como me explicó el cantante de Carolina Durante, Cayetano fuese un nombre muy típico de barriadas obreras y gitanas en los años ochenta (Pata Negra hicieron un «Rock del Cayetano» en honor a un habitante de las Tres Mil Viviendas de Sevilla en 1984), ellos lo escogieron por sus resonancias aristocráticas. Es posible que pensaran en Cayetano Martínez de Irujo. Ibáñez tenía quince años cuando este señor, hijo de la duquesa de Alba y uno de los mayores terratenientes de nuestro país, causó un revuelo monumental al decirle en horario de máxima audiencia televisiva al periodista Jordi Évole que la casa de Alba nunca se arruinó «porque nunca fue rica», que los jóvenes jornaleros andaluces eran unos vagos que no querían trabajar porque vivían de ayudas de la Unión Europa y que a él le gustaría volver a la Edad Media para dirimir las diferencias con sus rivales «con la espada o a puñetazos».

Solo había un Cayetano más célebre para los de su generación en ese momento y era uno de los protagonistas de la serie El Internado, cuyo flequillo, forma de hablar afectada y chaqueta Barbour no dejaban dudas sobre su posición en el mundo. En los ochenta la juventud había vibrado con una pandilla de chavalines de clase media que veraneaban subidos en bici por Nerja (Verano Azul), entre los que no había pijos; en los noventa la sensación habían sido los estudiantes de 7 Robles (Al salir de clase), entre los que había un único pijo. A finales de los 2000, sin embargo, se habían puesto de moda ficciones desarrolladas en colegios privados (como el propio El Internado y más tarde Élite) donde todos los estudiantes eran pijos. En El Internado, Cayetano simplemente era el más pijo de todos.

Y a pesar del tono ácido y burlón de su canción, Diego Ibáñez, parece comprender que aunque no vaya vestido como un «cayetano», sino con ropa de reminiscencias obreras, él mismo podía ser tildado de pijo. «Yo me veo desde fuera y digo, mira, un pijo. No por la forma de vestir, vaya, si llevo unas Quechua. Pero es que hay gente que la miras y

piensas: “pijo”». Diego Ibáñez parece haber capturado perfectamente una paradoja clásica de este siglo xxi en el que se libran batallas de imágenes y símbolos sin cesar: la enorme brecha que separa el ser del parecer y el querer del poder. Diego Ibáñez quizá quisiera parecer un salvaje músico curtido en los peores antros del rust belt pero su rostro aniñado, sus antecedentes familiares y su sinceridad para consigo mismo se lo impiden.

Cuando insisto por enésima vez con la misma pregunta se carcajea y acaba diciendo lo que diría cualquiera: es muy difícil definir qué es exactamente un pijo.

Está muy claro, pues, cuándo y quién le dio a «cayetano» la connotación de subclase pija. Trazar el momento en el que la palabra «pijo» se originó con su significado actual, sin embargo, es más complicado.

Como también lo es saber qué es exactamente un pijo.

Ni siquiera es fácil saber qué no lo es.

El concepto «pijo» es muy relativo, porque no siempre está asociado al capital pecuniario del sujeto en cuestión. A su vez, el patrimonio (que suele acumularse gracias a mañas poco escrupulosas, como pagarles una basura a los empleados o hacerles trabajar de sol a sol) no es necesariamente dinero: es muy frecuente que las familias con fincas, palacios y haciendas heredadas del Antiguo Régimen se quejen de no tener un duro porque, en efecto, no poseen cash, solo propiedades que cuesta mucho mantener. A esto se refería Cayetano Martínez de Irujo cuando dijo que los Alba «nunca han sido ricos». Los palacios, castillos, terrenos agrícolas, participaciones bursátiles, joyas y obras de arte que les pertenecían cuando murió su madre, la inolvidable Cayetana, no eran dinero. Aunque valiesen tres mil millones de euros.

Pero es que además, el capital del pijo puede ser también social (los amigos adecuados para trepar) o cultural (el conocimiento necesario para triunfar).

Hoy en día cualquier ciudadano de a pie es capaz de etiquetar, en función de muy diferentes criterios, como mínimo cinco tipos de pijos

diferentes. En junio de 2022, la dibujante Irene Márquez hacía esta clasificación en El Jueves:

• De Vox: siempre con fachaleco, fumador de puros, cazador y amante de los toros.

• De cuna: asiduo a los torneos de tenis, proviene de familia con apellidos compuestos, su misión es continuar la estirpe con un puñado de hijos vestidos a juego que saca en sus redes posando en el prado de su finca.

• Pijipi: hace yoga, es vegetariano, espiritual, con casa en las Pitiusas, solo quiere llamar la atención en su entorno.

• Creativo: también conocido como «emprendedor» o «de Ciudadanos», cree en el mito de Silicon Valley, el em-

prendimiento y cuando usa la palabra creatividad se refiere a forrarse.

• Aspiracional: su forma de entrar en la logia pija es afiliándose a las juventudes del PP, se inventa que sus padres tienen un cortijo y miente sobre sus orígenes humildes, le encanta que le inviten a bodas, puestas de largo y capeas.

En realidad todas las categorías pijísticas tienen que ver precisamente con lo aspiracional, es decir, con el deseo de aparentar la posición social a la que se aspira, la que se desea, se ocupe realmente o no. Así, muchos pequeños tics pueden delatar a un pijo y a razón de esos tics podemos pensar en nuevas clasificaciones. Por ejemplo:

• En función de sus hobbies: gastrónomo (distingue doce clases de aceite de oliva y sal con los ojos cerrados), gastrónomo variante sumiller (lo mismo con el vino), esquiador (ha estado en Zermatt varias veces), ciclista (ha tenido una Peugeot vintage y ahora anda con una de carbono ligerísima), surfista (un viejo muy brasas con la ola perfecta), jockey con minúsculas (monta a caballo), Jockey con mayúsculas (sus abuelos frecuentaban un restaurante madrileño que se llamaba así), aventurero (sigue explicándonos en 2023 que no es lo mismo viajar que hacer turismo).

• *En función de sus prejuicios: xenófobo españolista (piensa que el país está lleno), urbanita clasista antiprovincias (piensa que más allá de la M30 la gente anda en taparrabos), provinciano antiurbanita (cree que la gente se va a vivir a las ciudades por gusto y no a buscar trabajo), catalanista antiespañol (piensa que los madrileños son todos fachas... y no le faltan motivos), español anticatalufo (llama «catalufos» a los catalanes, ¿hace falta explicar más?), jet set internacional folclorista (le encantan las corridas de toros porque piensa que los toros, como son españoles, no sienten dolor).*

• En función de su rama profesional: financiero, creativo, comunicador, alto funcionario, emprendedor, chef, artesano. Los productos del artesano pijo, por cierto, suelen estar fatal acabados y ser obscenamente caros.

Si aceptáramos por un momento la premisa errónea de que un pijo es alguien con dinero, muy rápidamente comprobaríamos que, en medio de la jungla de símbolos que en la actualidad se usan para representar estatus, es complicado determinar a simple vista quién tiene parné, quién patrimonio inmobiliario y quién es un mero emulador atormentado por el quiero y no puedo. Hay mucha gente con dinero que no parece pija y muchos pijos sin dinero que lo parecen porque han conseguido construir un espejismo muy aparente para paliar el no puedo.

Supongamos que al decir «pijo» nos refiriésemos solo a la dimensión socioeconómica del término: nos encontraríamos con que el concepto «clase alta» varía mucho dependiendo de la distribución de la riqueza en el país donde le haya tocado a uno vivir. Y dentro de ese país, de la suerte de haber nacido en una región o en otra, en una ciudad o en la de más allá, en el barrio de más aquí o de más acullá.

España, por ejemplo, forma parte de la lista de veinte países del mundo que acumulan el 80 por ciento de la riqueza del planeta en términos de PIB, lo que en ningún caso representa que seamos el país que mejor la redistribuye. Eso lo estudian indicadores como el Social Progress Index que no solo tienen en cuenta el dinero que genera un país, sino la facilidad de acceso a la sanidad, la libertad de movimiento, la inclusividad y la protección de los derechos de las minorías. En este ranking, España también ocupa el puesto

número veinte (el primero es para Noruega), pero incluso dentro de los veinte países más afortunados (o pijos a ojos de los otros 175) existen acusadas diferencias.

Ahora mismo el 10 por ciento de la población más rica de España acumula el 53,9 por ciento de la riqueza del país. ¿Constituye entonces ese 10 por ciento de afortunados el grueso de pijos que hay en suelo español? Por supuesto que no. Como dice la antropóloga mexicana Karine Tinat en su estudio Los pijos de Madrid: «Uno siempre puede ser el pijo de otro».

Un recurso al que podemos acudir para arrojar luz sobre el asunto es explorar el origen etimológico de la palabra. Ya lo hizo precisamente Tinat. Ella recuerda en el tratado en el que estudió a la fauna pija capitalina que en España «pijo» empezó significando «pene» y apunta como posibilidad que la acepción genital de la palabra «pijo» esté directamente relacionada con el significado social que cobraría luego: si pijo significa polla y la polla es símbolo de poder (patriarcal), alardear de polla (o de conquistas sexuales) es hacer el pijo. Pero aunque esta teoría pueda tener cierta base, tampoco importa mucho, porque los pijos cambian de nombre en función del país donde se encuentren y sin embargo, en todos son prácticamente lo mismo: en Paraguay, Argentina y Uruguay se les llama «chetos», en Colombia «gumelos», en México «fresas», en Chile «cuicos», en Perú «pitucos», en Venezuela «sifrinos», en Costa Rica «pipis», en Ecuador «pelucones», en República Dominacana «jevitos» y en Guatemala «caqueros».

Probemos, entonces, con otro recurso: la lexicografía. La inclusión de la partícula «pijo» en la palabra «Pijoaparte» (el mote con el que Juan Marsé bautizó al protagonista de su novela de 1966 Últimas tardes con Teresa) fue la primera y fugaz aparición en la tradición escrita española del concepto «pijo» con la acepción que nos interesa y que bien podría considerarse el equivalente patrio del snob inglés (que al parecer viene de la abreviatura «S. Nob» que utilizaban en Oxford y Cambridge para referirse a los alumnos plebeyos, «sine nobilitate»). Poco después, a principios de los años setenta un profesor llamado Jaime Martín dedicó tres años a recoger nuevas voces escuchadas en las calles de Madrid y documentó un cambio en su Diccionario de expresiones malsonantes del español. Pijo (recordemos, hasta entonces equivalente a «pene») había

empezado a usarse para hablar directamente de un «idiota». Nada nuevo se documenta hasta 1985, cuando David Summers escribe la letra de «Sufre mamón» e incluye en ella una línea que reza: «Ella se fue con un niño pijo». Fue ahí, y solo ahí, cuando la expresión, por fin, encontró su total acomodo entre las masas. En esa década ya se pudo encontrar una definición de pijo vinculada con el campo semántico de las clases sociales en el diccionario Larousse, precisamente el que teníamos en mi casa, que en 1985 decía así: «Individuo burgués, afectado y superficial». Obsérvese que en la definición de Larousse aparece de forma inequívoca el matiz despectivo del concepto, pues al pijo se le considera «afectado» y «superficial». El adjetivo «burgués», además, deja ver la tradición sesentayochista de este diccionario francés que aún identificaba la burguesía con la clase propietaria y capitalista y no solo con la clase media acomodada. Aún no había aparecido en el panorama nacional un ministro de Economía socialista llamado Miguel Boyer para darles a los españoles las primeras lecciones de liberalismo contemporáneo (y para protagonizar un escándalo muy pijo del que se hablará en estas páginas, que le llevaría a ser el padrastro de una de las pijas oficiales de España, Tamara Falcó).

El diccionario de María Moliner no incluyó la palabra hasta 1998, pero la definición reflejaba lo que en los siguientes años todo el mundo entendería por un pijo: «Joven generalmente de buena posición económica, que tiene una actitud afectada y gusta de usar artículos de determinadas marcas». En la definición del María Moliner se observa que los autores circunscriben el fenómeno de lo pijo esencialmente a los jóvenes, cosa que fue válida durante los años ochenta y noventa, décadas en las que se consideró a los «pijos», junto a los punks, rockers, mods o góticos una tribu urbana más. En la primera década de los 2000, la sacrosanta institución que limpia, fija y da esplendor a la lengua española al fin, incorporó con retraso (como siempre) la acepción de pijo que manejamos hoy:

Pijo: 1. Adjetivo|Despectivo|Coloquial Esp. Dicho de una persona que en su vestuario, modales, lenguaje, etc., manifiesta afectadamente gustos propios de una clase social adinerada.

Esta sigue siendo la definición que la institución que regula el uso del español en todo el mundo da por buena. Y sin embargo, hace mucho que no se reconoce a un pijo solo por su forma de vestir o por su lenguaje.

Como también hace ya un tiempo que el adjetivo pijo no tiene universalmente esa connotación despectiva. Hay quien lleva la condición de pijo con mucho orgullo. Quedó confirmado a mediados de la década de 2010, cuando aparecieron grupúsculos como Comandos Pijos a Muerte, fans de Taburete que en un concierto de dicha banda defendían su orgullo de clase alta. Quedó claro cuando se produjeron los disturbios de «cayetanos» frente a la sede del PSOE en noviembre de 2023, en los que jóvenes sin pudor enarbolaban su orgullo de clase pija como principal ideario de sus protestas. Se confirma cada día cuando una nueva influencer presume en redes sociales de proceder de buena cuna, pero sobre todo, de llevar una vida ociosa.

Y quizás ahí, en el anhelo de una vida ociosa en una sociedad atornillada por la precariedad laboral y salarial encontremos claves. En La España invisible mi compañero de El País Sergio Fanjul explica que según el Centro de Investigaciones Sociológicas, en 2001 la mitad de la población española se consideraba «clase obrera». Dos décadas después (en 2021) apenas quedaba un 16 por ciento de españoles que quisiera incluirse ahí (no hay cifras más actualizadas en el momento en que escribo). Curiosamente, dicho fenómeno se produjo en el mismo momento en el que la palabra «pijo» iba perdiendo su connotación negativa para esa parte de la población que empezaba a arrogársela con orgullo.

Tal vez una de las razones por las que muchísima gente no se etiqueta como «obrera», aunque dependa absolutamente de un salario para sobrevivir, es porque considera que su perfil en la economía postindustrial necesita otro nombre, aunque de clase trabajadora sean tanto una periodista de estilo de vida como una dependienta de Massimo Dutti como el operario de una fábrica de compresores de Eibar. Esto abre la puerta a otra hipótesis: el adjetivo «obrero» tiene connotaciones negativas por cuestiones casi políticas. Por un lado, las derechas de la era democrática se han afanado a lo largo de los últimos cuarenta años en asociar el obrerismo a los países del bloque soviético y a las dictaduras militares del Cono Sur, en lugar de a las felices socialdemocracias nórdicas; por otro lado, este último mensaje, el de que la izquierda que reivindica lo obrero trae calamidades, ha calado profundamente entre los migrantes latinos que han tenido que abandonar sus países «socialistas» para trabajar en España y no quieren escuchar ninguna

palabra que pertenezca al campo semántico de esa ideología que les prometió el final de las desigualdades pero les obligó a dejar su vida atrás.

En 2017 la Fundéu eligió como vocablo del año la palabra «aporofobia», un término de raíces etimológicas griegas acuñado por la filósofa Adela Cortina que quiere decir «odio al pobre». Cortina defendió ese año en un aclamado ensayo que vivimos tiempos de profundas desigualdades en los que se culpa a los desheredados, marginados o simplemente humildes de serlo. El «algo habrá hecho» de la violencia de género llevado al terreno de la precariedad económica. Según Cortina, ese rechazo se suele acabar transformando en miedo. Y el miedo lleva a la ira. O a la disforia de clase.

La escritora mexicana Brenda Navarro (experta en inmigración latina a España y trabajo doméstico) le contó a Noelia Ramírez en una entrevista para S Moda: «El miedo a ser pobre es muy duro. Aunque no lleguemos a fin de mes, tratamos de mantener este ideal europeo, este símbolo sueco de Ikea, de todo limpio, perfecto, bonito, estético». Y esto que describe Brenda Navarro, ponerse una indumentaria y llevar un estilo de vida con el fin de aparentar la pertenencia a un estrato social superior, es justo lo que la Real Academia Española define como ser «pijo», aunque ella sea todo menos eso.

La conciencia de clase obrera se puede desactivar de muchas maneras. La clásica y más antigua es con mano dura policial. Otra, muchísimo más sutil y novedosa, es neutralizar la disidencia precisamente promoviendo el odio al que menos tiene y el pánico a admitir carencias. Si la deriva conservadora ha ido estigmatizando a los pobres, al mismo tiempo ha ido glorificando a los ricos, para los que el Estado, lo público, no sirve para nada. En un contexto así, aparentar pertenecer a una clase acomodada y apoyar las mismas ideas que aquellos que lo tienen todo resuelto (una de esas ideas puede ser por ejemplo odiar los impuestos progresivos) se ha transformado para mucha gente en un mecanismo de supervivencia casi supersticioso: como si de alguna manera defender las prioridades y símbolos de los que tienen dinero fuese a generarlo para uno mismo. Y para apoyar esos mecanismos han surgido industrias específicamente concebidas para aparentar progresión social. No es casualidad que uno de los tres hombres más ricos del mundo, Bernard

Arnault, el presidente del holding de lujo LVMH, se dedique a fabricar bolsos, ropa y perfumes que, paradójicamente, van dirigidos en primer lugar a las clases medias. Lo que nos lleva a otra de las formas que tiene «el sistema» (¿qué es el sistema?) de desactivar el orgullo de clase trabajadora: convertir sus símbolos (por ejemplo, los petos de los trabajadores del rust belt como los que se pone Diego Ibáñez para pasear por Malasaña) en fetiches de moda.

La profunda confusión que existe entre los ciudadanos sobre la propia identidad socioeconómica resulta de gran provecho para todo el espectro de las derechas: Isabel Díaz Ayuso menciona con frecuencia los orígenes «trabajadores» de su familia mientras presume de odiar lo público y promueve políticas ultraliberales que necesariamente perjudican a los que no pertenecen a la clase alta; Santiago Abascal reivindica a la «España que madruga» mientras que él mismo jamás ha trabajado fuera de la política.

Por otro lado, los pijos que de verdad tienen dinero, como Cayetano de Alba, se hacen los tontos con respecto a su propia fortuna y juegan al despiste con su patrimonio inmobiliario porque, como explica el periodista, editor de moda, intelectual, sabio, showman y amigo Marc Giró en un fabuloso libro llamado Pijos, saben que esa palabra, «fortuna», alberga para ellos toda la polisemia posible. Tienen fortuna, en el sentido patrimonial, pero también en el sentido supersticioso, el de la suerte. Una suerte que, al depender del azar, en el fondo saben que quizá no merecen del todo. Y por eso, como explica Giró, viven con un eterno e inconfesable remordimiento de conciencia.

Al mismo tiempo, los políticos de la nueva izquierda, que supuestamente no deberían ser pijos, se ven atrapados en un bucle melancólico por el que los adversarios de la derecha les acusan de serlo por disfrutar de las mismas cosas que ellos (por ejemplo buenos coches) y no negarse a las ventajas de una economía que deslocaliza la explotación (un iPhone diseñado en California pero fabricado en China). No solo eso. Dentro de la propia izquierda se produce una paradoja: los que no representan el «orgullo de clase obrera» con el estilo de vida que supuestamente les pertenece (llevar los mofletes tiznados de hollín o vivir en poblados sindicales) son castigados desde sus propias filas con el estigma de la pijería. Por eso hay comunistas que no le perdonan a Manuela

Carmena que viva en una zona residencial de clase alta al norte de Madrid. Por eso Alfonso Guerra dijo hace poco que Yolanda Díaz es «Melenchon vestida de Christian Dior».

Los que invalidan a la gente de izquierdas por «vivir bien» parecen olvidarse de que el motor de la lucha proletaria fue precisamente que todo el mundo gozase de privilegios que pertenecían a unos pocos.

¿Quién no querría comer bien, gozar de holgura económica y tener tiempo libre en el que poder cultivar con tranquilidad distintas formas de ocio? ¿Quién no desearía una casa amplia y luminosa, en la que refugiarse con comodidad durante la próxima pandemia? ¿Quién no anhelaría un salario abundante para huir de las cada vez más feroces olas de calor? Si tener cubierta toda la pirámide de necesidades humanas de Maslow es ser pijo, ¿quién no querría serlo?

Todo esto solo lleva a más preguntas: ¿son pijos todos los que viven bien? ¿Lo son los que quieren hacerlo? ¿Solo son pijos los de derechas? ¿Los pijos de izquierdas tienen dinero? No es fácil esclarecerlo.

Vivimos en un momento en el que aparentar pertenecer a una clase acomodada se ha transformado para mucha gente en un mecanismo de supervivencia. Vivimos un momento profundamente pijo pero también extraordinariamente confuso, en el que los obreros intentan hacerse pasar por pijos y los cayetanos salen a la calle a montar disturbios. Y para explicar cómo hemos llegado hasta aquí y también para ver si de una vez aclaramos qué es un pijo, he escrito este libro.

Una raqueta Rox:

cómo me di cuenta de que

a lo mejor yo era un poco pija

Una raqueta. Una raqueta de color morado metalizado con un mango de piel falsa azul celeste. Una raqueta marca Rox, hecha en España. La sujeto con mis manos sudorosas de niña de once años. Estoy rodeada de otras niñas que se ríen cuando no soy capaz de atinar y a cada risita les salen de las bocas nubecitas de vaho, tal es el frío que hace. Estamos en pleno invierno y allá arriba, a lo lejos, en el Valle del Silencio, se ve la Aquiana cubierta de nieve. A pesar de ello, todas llevan las piernas desnudas dentro de faldas tableadas cortas y blancas, tan blancas como el polo de piqué de la monitora, valkiria de rasgos finísimos que responde al nombre de Encina, el árbol típico de la región. Bordado sobre su teta derecha, Encina luce un cocodrilo verde con una pequeña lengüita roja. Lacoste, cómo no.

Al terminar la clase es casi de noche y suenan a lo lejos las pelotas de los seniors rebotando contra el cemento. Iluminada como un cuadro de Hopper, me he quedado sola mirando el suelo de la pista. Una niña que parece una réplica infantil de la profesora se acerca a mí. Se llama Mencía, como la uva autóctona de la comarca.

Yo aún no sé que el nombre que se pone a un hijo a veces da idea de las expectativas sociales que algunos padres tienen para sus retoños. Ni tampoco que los nombres pierden poder aspiracional y se convierten en parodia con el paso del tiempo: los compuestos tuvieron prestigio en los sesenta, pero hoy te encuentras con un bebé llamado José Ramón o José Luis y alucinas. Fueron nombres pijos en los años setenta Gonzalo, Alfonso, Rodrigo o Álvaro, que en la actualidad se debaten entre la vulgaridad y la desaparición (al igual que los Eduardos y Albertos de los años ochenta). También los nombres folclórico-regionales tipo Fruela, Pelayo o Covadonga en Asturias, Iria en Galicia, Marc, Adrià o Aina en Cataluña o aquellos de devoción mariana muy local, como Montaña, Tido o Luna, son pijos, pero solo en sus respectivas zonas. Camino, sin embargo, como Josemaría, es nombre opusino, mientras que José

Antonio es solamente facha (y no siempre). Ninguna de esas categorías es equivalente a «pijo», aunque muchas veces haya confusión. En las dos primeras décadas del siglo xxi el nomenclátor con ínfulas ha bebido de los cantares de gesta y de la Reconquista, como presagiando el escenario reaccionario y voxita que se avecinaba, de manera que algunos cumpleaños infantiles parecen una versión en miniatura de La Venganza de don Mendo: Águedas, Urracas, Jimenas e Ineses se han codeado con Tirsos, Beltranes y Boscos. Los padres indies, por su parte, se decantaron más por nombres monosílabos como de película de Michel Gondry: Cloe | Zoe o Mía | Pía | Lía. Por desgracia, han desaparecido por completo los diminutivos y apodos, tan típicos de las elegantes ciudades del Norte: Cachita, Totón, Gogó, Loló, Cerito, Cucucha o Baby; a cambio, no es difícil imaginar un escenario futuro en el que la misma gente dispuesta a pagar mil euros por el kilo de tomates con sabor «auténtico» ponga a sus descendientes nombres de corte eminentemente rural como Potenciana, Estanislao, Raimunda, Braulio, Aniceta, Sinforiana, Toribio, Ausencio o Ursicina. De hecho, es posible que en algunas zonas de Menorca o de Brooklyn ya esté ocurriendo. Nombres que ayer tenían resonancias nobles hoy son vulgares, pero también ocurre al revés: como hemos visto, en los años ochenta era normal que las madres gitanas llamasen a gritos a sus hijos en las Tres Mil Viviendas de Sevilla. ¡Cayetanooooo!

Mencía vigila que no la estén viendo el resto de compañeras. Quiere saber qué me pasa. Como implorando que me lleve la contraria le digo: «Soy un paquete». Ella me mira, mueve la cabeza de un lado a otro negando y me explica con una voz dulce: «No, mujer. No eres un paquete. Es que esa raqueta es de una marca muy rara. Y además es normal que no te puedas mover. Vienes mal vestida».

«Vienes mal vestida.»

El frufrú de mi chándal de táctel repite ese mantra mientras de camino a casa atravieso un parque que un día fue la finca amurallada de Marcelo Jorissen, el ingeniero belga que durante décadas resultó ser el ciudadano Kane de los ponferradinos.

«Vienes mal vestida.»

Estamos en los ochenta y soy una niña en una ciudad que fue extraordinariamente rica cuando ningún otro lugar lo era. En los años cincuenta y sesenta Ponferrada se enriqueció tanto con el

carbón, la electricidad y el wolframio que se la denominó «la ciudad del dólar». En 1986, todas esas industrias están ya en decadencia, pero el país acaba de inaugurar un tiempo en el que una de las prioridades del nuevo Gobierno es la «reconversión» y que todos los hijos de los trabajadores puedan acceder a marcadores de clase burgueses. La de los ochenta es la década en la que España descubre las actividades extraescolares; para muchos niños son los años de ir a conservatorios a estudiar piano, a escuelas de idiomas a aprender inglés, a campamentos de verano a hacer vela, a piscinas municipales a aprender a nadar... Es también la década en que los adultos de clase media pisan por primera vez estaciones de esquí. Para mí, porque yo lo pido, son los años de ir a un club privado a intentar aprender a jugar al tenis.

Con los ojos hinchados de llorar cruzo el puente que pasa sobre las vías del tren que un día trajo el carbón de los pueblos de las cuencas mineras donde la gente trabajaba mientras Ponferrada se divertía. Fue la mía la única ciudad de España que creció un 100 por ciento en plena posguerra. A un lado del puente vive mi abuela materna, quien crio a sus hijos en un poblado sindical, en un piso de cuarenta metros cuadrados. Al otro vive mi abuela paterna, quien me abre la puerta de su casa enorme y me pregunta por qué lloro. Lleva el pelo cardado y luce un collar de perlas de seis vueltas cerrado con un broche de brillantes que frota contra mi chándal de táctel; es el mismo que también exhibe, bajo una estola de visón, en ese retrato al óleo que la inmortaliza, con desubicada dignidad de emperatriz, en el salón más grande de su casa. Para tranquilizarme me invita a sentarme con ella en un sillón floreado y mirar esa revista, siempre la misma pero siempre diferente, llena de vestidos de novia y casas con piscinas gigantes que tanto nos gusta. En la portada hoy sale guapísima, sonriente, elegante, una mujer de ojos rasgados. Y mi abuela suspira y me dice: «Qué bien viste esta mujer».

Veinticinco años después, esos ojos rasgados me miran fijamente. Tengo enfrente a esa mujer de la portada de la revista en carne y hueso. Me ofrece un sandwichito de pollo. Hay también varias bandejas de plata con albaricoques secos que ha dispuesto sobre la mesa del centro un señor vestido con una librea verde, el empleado que me abrió la puerta cuando llegué a Villa Meona, la casa con

más cuartos de baño de España. Estoy de nuevo sentada en una butaca tapizada de flores, pero esta vez con Isabel Preysler delante. Lo que más me llama la atención, junto con las paredes cubiertas de estanterías a su vez llenas de libros con tapas de cuero y letras doradas, es lo vencidas y huecas que están las reposaderas del asiento. Han debido de pasar por él todos los culos que en el congreso del PSOE de Suresnes accedieron, por recomendación de Miguel Boyer (recién fallecido esposo de la anfitriona), a renunciar al marxismo y a transformar el socialismo en otro ismo que no hablase de lucha de clases. Culos con gravitas y sentido de Estado que, como el propio Boyer (quien empezó expropiando una empresa a un señor del Opus y acabó militando en el PP), fueron de izquierdas hasta que dejaron de serlo.

La anfitriona recurre a una conversación tan gastada como sus sofás: no nos habla de su recién fallecido marido, el legendario ministro socialista al que Ruiz-Mateos quería estrangular; ni siquiera del anterior, un Grande de España con viñedos que jamás habría llamado a ninguna de sus hijas Mencía, pues esa es la uva con menos prestigio de todas. Tampoco menciona al neoliberal premio nobel de literatura, Mario Vargas Llosa, porque en ese momento aún no es su pareja. De hecho, se especula con la posibilidad de que su próximo novio sea el presidente del Real Madrid y propietario de la constructora ACS, Florentino Pérez. Isabel, en cambio, deja caer el apelativo de su primer marido, haciendo gala de una práctica llamada namedropping, que consiste en mencionar un nombre propio sin apellidos, dando por sentado que los demás saben a quién se está refiriendo porque forman parte de su círculo. Isabel nos dice que ni a ella ni a Julio, cuando estaban casados y veraneaban en Marbella, les gustaba echarse crema solar: «Cuanto más bronceados, mejor. Estábamos tan morenos que cuando nos vestíamos de blanco para ir a las fiestas parecía que nuestras ropas flotaban». Estallan carcajadas zalameras de todas las presentes: a nuestras cabezas ha venido la dentadura refulgente de un gato de Cheshire follador. Estamos aquí porque Preysler, conocida por su eterna juventud, nos quiere explicar las cualidades de una crema antienvejecimiento que lanza bajo su nombre. Ella, que se convirtió a sí misma y a toda su prole en producto, quiere ahora rentabilizar su mito con una marca propia, tal vez para comprar sillones nuevos. «La que más me ha animado

ha sido mi hija, que ha estudiado E3 en ICADE y sabe mucho de negocios.» Se refiere a la pequeña, Ana, esposa de un respetable tenista, no a la mediana, Tamara, que durante un tiempo, mucho tiempo, será la oveja negra de la casa simplemente porque no consiguen «casarla». Así conjugan las clases altas el verbo matrimonial.

Consciente del poder simbólico de su hogar, Preysler ha decidido convocar aquí a un reducido grupo de periodistas, entre los que me encuentro. Desde 2009 trabajo en una revista que se parece mucho a aquella que hojeaba con mi abuela. Sigo, pues, cautiva en ese sillón floreado y vencido. Fuera se ve una piscina y una pista de tenis. Entra la luz a través de las ventanas de estilo georgiano lacadas en blanco y adornadas con cortinones chintz (típico de las casas de los patricios estadounidenses con dinero viejo) para alumbrar directamente un retrato al óleo de la anfitriona. Por un momento, con esa postura tan teatral, me recuerda al lienzo en el que mi abuela posaba con estola de visón. Entonces Isabel Preysler se dirige a mí y, con esa voz suave y bajita que ponen las señoras bien, me dice con tono de aprobación (y sin venir a cuento): «Me gusta mucho cómo vas vestida».

Me sentí aceptada en un mundo que son muchos. De todos vamos a hablar a partir de ahora.

Parte uno: Puedo

donde se habla de un mecanismo llamado emulación pecuniaria que reside en el interior de todo pijo, se traza una línea invisible entre fernando vii, froilán de todos los santos y la INFLUENCER que lloraba por un «luisvi» y se viaja a los orígenes de la primera clase ociosa, la que configuró el imaginario aspiracional de nuestro tiempo y disfrutó de unos privilegios a los que durante mucho tiempo solo ellos pudieron acceder.

La clase ociosa, el pelo de rico y los relojazos: la emulación pecuniaria como motor de lo pijo

No me hagas trabajar papá, sé que no es sano. No me hagas trabajar papá. Estropea mis manos.

Piñón fijo, grupo nuevaolero de Laciana, cuenca minera leonesa

En su foto de perfil de WhatsApp, el joven Javier López de Hierro viste un cortavientos verde botella y está subido a un caballo. Este chaval de veintinueve años, que trabaja en banca de inversión y tiene una empresa de real state [en inglés en el original], luce una frondosa melena. Su familia ha explotado toda la vida (una unidad de tiempo que cierto tipo de gente encuentra perfectamente científica) una finca de la que es propietaria, y por eso, explica, está al corriente de lo que ocurre en un sector, el agrario, en el que él también invierte, aunque su especialidad sea el mercado inmobiliario.

Y a pesar de que «vender un piso en la calle Serrano y cerrar una operación está bien», el proyecto que de verdad le llena es el que nació el día que, junto a otros tres amigos, se fijó en unos señores de frondosa cabellera plateada que todos los días a la misma hora, las once de la mañana, iban a desayunar elegantemente vestidos, con sus chaquetas teba verde caqui, sus pantalones de traje con raya planchada, sus mocasines con borla y su relojazo suizo automático en la muñeca, a la calle Jorge Juan, en el aristocrático barrio de Salamanca de Madrid.

«Se notaba que llevaban una vida absolutamente ociosa. No sé si porque estaban jubilados o porque nunca habían trabajado.» A ese tipo de señor, con esa clase de costumbres, indumentaria y cabello, Javier y sus amigos decidieron llamarle Pel de Ric, que significa, en una especie de subdialecto catalán inventado por ellos, «Pelo de Rico». Después crearon una cuenta de Instagram con el mismo nombre donde empezaron a subir instantáneas robadas a dichos caballeros en sus hábitats naturales (que iban mucho más allá de la localización inicial): algunos estaban

haciendo swings en campos de golf, otros pidiendo cócteles en barras de capitoné de hoteles de cinco estrellas o apostando en el palco de algún hipódromo. Los había conduciendo coches descapotables por carreteras costeras, manejando un velero o paseando por una playa paradisiaca junto a una rubia despampanante. Pero incluso los que estaban en contextos mucho más prosaicos eran perfectamente reconocibles por ese peinado que invariablemente parecía dar la misma información sobre su portador: aquí hay dinero, lo hubo en la anterior generación, lo habrá en la siguiente. Para redondear la carga semiótica de las imágenes, añadían pies de foto donde no dejaban lugar a dudas: «Mi tiempo lo empleo en mis aficiones, al igual que mis millones», «Los toros son cultura pero esta melena es una locura», «Las playas ya están abarrotadas, yo soy de los que opinan que deberían ser privadas», «Cariño, sigo solucionando lo de la herencia. ¡Volveré, ten paciencia!», «No soporto a la gente que ve mi Pelo de Rico y aun así me preguntan a qué me dedico». Cada nuevo Pel de Ric resumía tan atinadamente un arquetipo de la clase alta española que la cuenta de Instagram empezó a tener una enorme cantidad de seguidores y lo que comenzó siendo una broma en redes se acabó convirtiendo en una empresa.

Hoy Pel de Ric es una marca cuyos creadores venden estampada en gorras, polos, bañadores y calcetines y con la que ya han organizado sesiones de baile en un selecto restaurante y club de la estación de alta montaña de Formigal llamado Roto, cuyo lema es: «Porque después de esquiar, la vida es para ser disfrutada». También han patrocinado fiestas privadas en Muy bendito, una discoteca madrileña perteneciente al grupo de restauración favorito de Froilán de Marichalar, el hijo canalla de la infanta Elena. Y además, han hecho una colaboración con Pompeii, las zapatillas que los Carolina Durante, el grupo que acuñó el término «cayetano», mencionaban como calzado imprescindible de este arquetipo en la canción que les hizo célebres.

El cantante de Carolina Durante, Diego Ibáñez, cuenta que los miembros de la banda usaban «cayetano» como adjetivo para referirse a los amigos de una exnovia a los que espiaban en Instagram, fascinados por el estilo de vida ocioso que estos llevaban. «Fue unas vacaciones que ella y yo lo habíamos dejado y la veía ahí a todo trapo con unos pijazos en un velero.» No hizo falta que Ibáñez me mostrase las cuentas de Instagram de los amigos de su ex para saber con exactitud al tipo de

fotos que se refería: álbumes en los que la vida es eso que pasa entre eventos privados llenos de gente vestida de fiesta, monterías en la finca de un primo, despedidas de soltero temáticas, bodas multitudinarias en las que los novios corean a los Killers, grandes reuniones familiares en cigarrales, festivales de música, escapadas de fin de semana para ir de compras a Londres y París y veraneos idílicos en alguna costa prestigiosa protagonizados por enormes pandillas en las que más de cuatro tienen el título de patrón de embarcaciones de recreo. Pandillas siempre compuestas por chicas delgadísimas con largas melenas teñidas específicamente para reflejar de forma especial el brillo del sol y de chicos que jamás se pondrían un bañador que no sea bóxer, cuyos pelos frondosos y relojes son solo una de las muchas cosas que reciben como herencia. De hecho, si juegan bien sus cartas, esos pelos, aún sin rastro de canas, algún día serán genuinos pels de ric.

Los grupos privilegiados que se dedican a disfrutar ociosamente de las fortunas obtenidas gracias al sudor de los obreros existen desde la aparición de la propiedad privada. El sociólogo estadounidense Torstein Veblen ya escribió sobre las costumbres de estos estamentos disfrutones de la plusvalía ajena en su Teoría de la clase ociosa, un clásico de la sociología occidental publicado en 1899 en el que analizaba sobre todo el comportamiento de las clases altas estadounidenses en la primera Revolución industrial y los esfuerzos del new money (inversores y hombres de negocios que habían conseguido su dinero gracias a su olfato empresarial) por parecerse al old money (familias de patricios con patrimonio desde los primeros tiempos coloniales). Uno de los grandes hallazgos de Veblen es la definición de un mecanismo llamado «emulación pecuniaria», que es el que lleva a las clases sociales inferiores a consumir para intentar imitar a las superiores. La emulación pecuniaria es el combustible que alimenta lo aspiracional y que está en el corazón de todo lo pijo; una pulsión hermana de la envidia que mantiene al ralentí el motor de las economías de mercado, esa especie de gigantesca estafa piramidal que solo sigue funcionando si la gente continúa comprando.

Veblen explica cómo el consumo ocupa un papel esencial en la reproducción simbólica de las clases, que siempre intentan copiar a aquel que tiene mejor posición. Y esta reproducción simbólica funciona como una máquina de precisión cuando aparecen los medios de masas, al mismo tiempo que se produce el triunfo pleno

del capitalismo. Incluso la clase ociosa del primer capitalismo sabía que para que sus compras comunicasen claramente su buena posición social era necesario contar a los cuatro vientos que se habían llevado a cabo. A finales del xix aquella función la cumplían las revistas ilustradas o los primeros noticieros cinematográficos que mostraban mansiones o visones de las grandes familias, cuyos miembros más elegantes eran primigenias celebrities. En nuestro tiempo esa es exactamente la función que cumplen redes sociales como Instagram.

Y el quid de cuentas de Instagram como Pel de Ric (y muchos productos audiovisuales de nuestro tiempo como White Lotus, Succession o Te Gilded Age) es que generan con sus imágenes la seductora fantasía de lo que las clases medias consideran que hacen las ociosas.

Pero para entender todos los significados que alberga el concepto Pel de Ric hay que remontarse a finales del siglo xviii, cuando los nobles de toda Europa dejaron de ponerse pelucas blancas llenas de rizos artificiales, coletas con lazos o mechones alborotados. Desde el siglo xvi había estado de moda el pelucón entre los hombres a causa de la irrupción de la sífilis en las cortes europeas, que les dejaba calvos. El rey francés Luis XIII, que había tenido un frondoso y largo pelo natural, empezó a ponérselo para disimular su alopecia, pues se quedó sin cabellera propia a los veintitrés años; aunque fue Luis XIV, el famoso Rey Sol, quien lo convirtió en una fiebre entre sus súbditos y en un símbolo de ostentación y desigualdad tan potente que los jacobinos acabaron aboliéndolo. La Revolución francesa cambió para siempre las cabezas de los ricos, no solo porque las rebanase con guillotinas, sino porque, como reacción al miedo a ser identificado rápidamente como miembro de los estamentos privilegiados por culpa de peinados ostentosos, se produjo lo que el psicólogo John Carl Flugel bautizó en Te Psicology of Clothes como «la gran renuncia»: en una Europa en la que empezaban a triunfar los valores liberales, los símbolos de estatus que habían representado a la realeza ya no interesaban. Se imponía cierta austeridad.

Con la Revolución Industrial, el surgimiento de los bancos que financiaban esas industrias y la aparición de los mercados bursátiles en los que se especulaba con acciones, iba cobrando cada vez más fuerza una nueva clase social adinerada, dinámica y negociante,

cuyo hábitat natural eran las ciudades: la burguesía. Sus miembros empezaban a vestirse y peinarse de maneras que los distinguían como heraldos de esa nueva clase más práctica y emprendedora pero también pomposa a su manera, por influencia de las ideas románticas. Estas ideas, con su defensa de la «raza» y el folclore, no solo alimentaban los nacionalismos sobre los que se construiría la nueva Europa (los mismos nacionalismos que continúan poniendo pulseritas con banderas en las muñecas de los ciudadanos o promoviendo bombardeos sanguinarios en pleno siglo xxi), sino también una estética que contenía trazas de las Grecia y Roma clásicas. Así fue como se impusieron en las cabezas de los hombres cortes de pelo similares a los de emperadores y sabios de las viejas civilizaciones. El más popular de todos fue el Brutus. Su principal modelo fue un señor llamado Beau Brummell, quien ha pasado a la historia como el gran impulsor del dandismo, un movimiento estético que medía la distinción de los hombres de la alta sociedad en función de su capacidad para comprar y ponerse las modas fomentadas por la Revolución Industrial. El jeta Brummell, hijo del gobernador de Berkshire, no tenía sangre azul, pero estudió en el internado pijo por excelencia, Eton, donde conoció al rey Jorge IV. Con él entabló una amistad que le permitió dedicarse, hasta que murió a mediados del siglo xix, a lo único que le interesaba: su propio aspecto. Él fue el primer hombre que popularizó el traje de dos piezas compuesto de chaqueta y pantalón que se acabaría convirtiendo en el uniforme del capitalismo corporativo que hoy se ponen los ejecutivos. Era con su melenita coquetamente alborotada, su levita y sus polainas, antepasado directo de los pel de ric contemporáneos.

Los cortes de pelo eran solo la guinda del pastel con la que se endulzaban los de su clase, la burguesía: conforme fue avanzando el siglo xix y las ciudades se fueron urbanizando con ensanches modernos, surgieron nuevas formas de esparcimiento y hedonismo. Había nacido lo que Torstein Veblen llama en su mencionada Teoría de la clase ociosa el «ocio ostensible», que son las actividades de asueto que se realizan para pasarlo bien, sí, pero, sobre todo, para hacer saber al mundo entero que se puede disponer libremente del tiempo. ¿Qué sentido tiene ir a la ópera vestido con diseños de costura parisina si nadie se entera? El capital cultural adquirió una nueva importancia como símbolo de estatus para una alta burguesía que no tenía títulos pero sí dinero para construir

mansiones y llenarlas de objetos decorativos y de bibliotecas. Las clases altas ya no estaban compuestas solo de aristócratas, ni estas se relacionaban únicamente en los salones de los palacios reales, como había ocurrido en el Antiguo Régimen, sino que las fortunas surgidas de las nuevas industrias creaban espacios para socializar, entretenerse y mezclarse con los nobles. El networking lo hacían en fastuosos teatros o elegantes clubes. Estos últimos podían ser de dos tipos: urbanos, en los que se reunían para leer la prensa, fumar y hablar de negocios, o campestres, donde los gentlemen se daban cita para practicar deportes.

Los mismos deportes que siguen practicando hoy los pel de ric —tenis, golf, polo, vela— nacieron en aquellos country clubs entre finales del siglo xviii y principios del xix, cosa que condujo a que, al término de ese siglo, el barón de Coupertin pudiese resucitar el famoso espíritu olímpico, que llevaba dormido en Grecia desde el año 700 antes de Cristo. Lo hizo con la excusa de promover valores de convivencia y sana competitividad en un momento sospechosamente oportuno: cuando los Estados que los nuevos sistemas parlamentarios estaban dibujando en Europa necesitaban sentir orgullo nacional para construir su identidad. También cuando los nuevos medios de comunicación permitían inéditas campañas publicitarias y las emergentes industrias, dirigidas por hombres respetables que ya habían abandonado el Romanticismo y empezaban a peinarse con gomina y raya al lado, querían probar prodigiosos inventos que llegaban a las exposiciones universales y ponían a prueba la audacia y la velocidad humanas, desde los coches hasta los cronógrafos. Aunque en nuestro tiempo (y a pesar de la evidente falacia) el deporte sea siempre ensalzado como una actividad intrínsecamente noble porque, además de ser bueno para la salud, en teoría enseña a quienes lo practican valores de convivencia, la realidad es que las clases altas de la Revolución Industrial empezaron a practicarlo con una agenda oculta que incluía motivos más bien prácticos e interesados, como hacer relaciones públicas (¿existe acaso algún pijo que no sea muy deportista?). No es casualidad que Coupertin pensara que los buenos deportistas eran hombres mejor preparados para ir a la guerra y que el esquí, antes que un deporte, fuese una disciplina militar.

Tampoco desvelaban sus verdaderas intenciones geoestratégicas los miembros de la alta burguesía que empezaron a hacer viajes «de placer» al mismo tiempo que nacía la hostelería moderna: los reyes

europeos se reunían con los grandes filántropos estadounidenses en los salones del Ritz, un hotel creado para las clases altas y viajeras que necesitaban un palacio provisional en el que alojarse, mientras los grandes arqueólogos decimonónicos expoliaban patrimonio ajeno en las colonias. Todo se cubría con una pátina ilustrada, aventurera y noble. Fue en este tiempo cuando viajar se convirtió en una actividad prestigiosa (¿existe acaso algún pijo que no sea «muy viajero»?). Los hoteles de lujo lo eran no solo por su espectacular arquitectura o por su suntuosa decoración, sino también porque por primera vez sus habitaciones incluían baño propio y en sus salones los huéspedes podían degustar alta cocina, hasta entonces un placer de reyes (¿existe acaso algún pijo que no sea foodie?).

Los gentlemen empezaron entonces a ponerse en la muñeca el reloj (un instrumento exclusivo que los hombres de negocios habían llevado hasta entonces en el bolsillo) para llegar puntuales a sus citas de negocios, para coger a tiempo el Orient Express o para medir los tiempos en las regatas. Un hombre con reloj no pertenecía a la clase obrera. Y los obreros no necesitaban reloj porque a ellos les decía la hora el capataz. Esa sigue siendo la carga semiótica que contienen los cronógrafos de alta gama que se ponen los pel de ric y que en 2023 llegan a venderse por veinte millones de dólares.

En la cuenta de Instagram de Pel de Ric los protagonistas siempre son hombres, a pesar de que el cabello sea también un rasgo clave para distinguir a una mujer privilegiada y la historia de sus peinados se remonte asimismo a los tiempos de los pelucones versallescos. Claro que hubo «gran renuncia» a los postizos entre las féminas de clase alta: ellas también empezaron a jugar con sus propias cabelleras. Y sin embargo, durante el siglo xviii y buena parte del xix siguieron luciendo peinados colosales en los que podría haber anidado una cigüeña. El más popular en España se llamaba «a las tres potencias».

¿Por qué no hay mujeres en Pel de Ric entonces? Porque el pel de ric representa ocio pero también poder y responsabilidades, cosas ambas que les estuvieron del todo vetadas a las féminas supuestamente respetables cuando el nuevo orden liberal y capitalista no solo reorganizó el espacio público, sino también el ámbito privado: los

hombres, ricos o pobres, eran los que salían a trabajar en las fábricas donde se dejaban el lomo o a los despachos donde se hacían cargo de la gestión de los negocios (menos en Manchester: en Manchester trabajaban en fábricas hasta los bebés). Cuenta Gloria A. Franco Rubio en El nacimiento de la domesticidad burguesa que a las mujeres de la alta burguesía y la burguesía convencional (que se puede identificar como la primera clase media), se les asignó en esa economía el único papel de ángeles del hogar. Esto no significaba en absoluto que tuvieran que hacerse cargo ellas mismas de las tareas de la casa: una dama respetable contaba con la ayuda del «servicio», mujeres de segunda categoría, como los ciudadanos de las colonias.

A esa domesticidad, explica el historiador Edward Shorter en Te Making of the Modern Family se le dio un cariz sentimental, emocional, que respondía a un proyecto concreto. La nobleza, articulada en torno a un entramado de títulos que significaban privilegios hereditarios, no necesitaba fomentar la idea del calor del hogar burgués: la continuidad de las estirpes, ergo de la riqueza patrimonial, estaba garantizada por las líneas sucesorias, incluso bastante tiempo después de las reformas liberales (las leyes se cambian más rápido que las costumbres). Esto explica la frialdad y absoluta distancia con la que los miembros de las casas reales más prestigiosas (la británica en la cúspide) se relacionan con sus propios familiares: el cariño es una fruslería que estorba.

La alta burguesía y la clase media burguesa, sin embargo, tuvieron que inventarse ardides propios para que sus lazos de sangre fuesen irrompibles. Para empezar, dieron a los valores familiares un significado místico y ultraconservador y convirtieron la casa en una preciosa unidad sentimental que podía equiparse con muchos de los bienes que ofrecía el nuevo comercio y a la vez debía ser protegida de los extraños con privacidad, aislamiento y vida interior. En esa casa solo tendría permiso para entrar y salir a su antojo el cabeza de familia proveedor y los herederos (hombres), principales gestores del patrimonio familiar. La mujer, criatura sensible, decorosa, casta y fiel que proporcionaba afecto a su esposo (no importa las putadas que este le hiciese), únicamente podía salir acompañada de sus criadas. Porque como explica Raquel Bauxalí en La inferioridad del bello sexo, a finales del siglo xviii y a lo largo del xix se estableció una versión canónica de la feminidad, oficializada por la moral victoriana británica que influyó a toda Europa, contraria y complementaria a la visión de lo masculino: ser mujer

radicaba en demostrar el atractivo, que entonces residía en la fragilidad, la pasividad y la delicadeza. Y la pureza, muy importante. Los galanteos guarrotes del tipo Las amistades peligrosas que habían practicado los cortesanos de la época ilustrada no tenían cabida en los círculos burgueses decimonónicos, donde el sexo se había convertido en una cosa muy seria por el bien de los patrimonios familiares.

A las esposas había que atarlas en corto en el nuevo ámbito urbano. Una verdadera dama no practicaba deportes (las mujeres no pudieron participar en unos Juegos Olímpicos hasta 1928) y si tenía ambiciones intelectuales se la ridiculizaba (que se lo pregunten a Emilia Pardo Bazán, una mujer adinerada y portentosamente inteligente, que era el hazmerreír de los «intelectuales» madrileños por ser una mujer y, encima, gorda). Por supuesto que algunas se revelaron: ahí estaba la propia Emilia, erre que erre con su libertad, follándose a Pérez-Galdós cuando le daba la gana y siendo más chula que un ocho; o más tarde Eulalia de Borbón, la infanta feminista, que decía que una mujer no tenía por qué saber cocinar (aunque ella misma tuviese a mujeres cocinando para ella). Pero eran las raras, claro. El discurso oficial imperante era que la prioridad indiscutible de toda señorita había de ser casarse. Por eso a las mujeres de la burguesía (la alta y la media) desde niñas se les inculcaba la preocupación obsesiva por su aspecto, los rituales de belleza para mejorarlo y el gusto por los ropajes que ensalzaban su figura; para que lograran con ello la única forma de «ganarse la vida» de la que disponían: el marido. Solo había un lugar al que podían ir a pasear sin compañía: los grandes almacenes que empezaban a surgir en las metrópolis más sofisticadas (como documentó Émile Zola en su novela El paraíso de las damas) y donde podían adquirir todos los adornos y afeites que les harían merecer la admiración de la sociedad. Y así nació el shopping como pasatiempo femenino por excelencia. De esta manera, la mujer fina, que aparentemente no pintaba mucho en aquella emergente sociedad fabril y mercantil dominada por hombres, era en realidad una pieza clave para el engranaje del consumo y los mecanismos de imitación que aún hoy mantienen vivo el capitalismo (y lo pijo).

Son incontables los vestigios del marco mental de las clases ociosas de aquel tiempo que han llegado al nuestro. Por ejemplo, aún en la actualidad las grandes firmas suizas diseñan sus relojes de pulsera más sofisticados solo para las muñecas de los hombres (los que

fabrican para mujeres en general son mucho más sencillos y cursis). El peinado «a las tres potencias» es claramente antecesor del cardado «arriba España» que lucieron todas las grandes señoras del franquismo y cuyo residuo aún se aprecia en las buenas familias, donde las abuelas van al menos una vez a la semana a ponerse rulos. De los usos y costumbres queda la sacralización de los valores familiares, el culto al deporte (sobre todo a los que requieren agua, césped o ambas cosas), la manía de llevar siempre la palabra papá o mamá en la boca, la obsesión de tener siempre «un plan» (ah, el ocio), las trabajadoras domésticas como símbolo de estatus (sobre todo si son internas), el concepto de la mujer trofeo como forma de validación masculina, el rol del marido como proveedor esencial y cabeza de familia, la concepción de que una mujer que se emborracha, toma la iniciativa o siente deseo no es suficientemente femenina, la percepción de que hay oficios y actividades de chicas, la idea de que una mujer que no se casa es peligrosa y la noción de que una mujer joven es siempre más guapa que una vieja pero que todas, las viejas y las jóvenes, deben cuidarse mucho, estar delgadas y luchar contra el tiempo, si es necesario, con bisturí. Como reza uno de los pies de foto de Pel de Ric: «Las mujeres se cuidan a diario, no cuando lo diga el calendario».

A lo largo del siglo xx, ese mecanismo que tan bien explicó Torstein Veblen se fue perfeccionando más y más. Con la mejora general de las condiciones de vida en las sociedades avanzadas, el aumento del poder adquisitivo, la democratización de los sistemas de crédito y la generalización del consumo compulsivo, ha ido siendo cada vez más fácil imitar de alguna forma a las clases altas. Por eso hay tanta gente de clase media que se cree rica, fenómeno que podríamos denominar como disforia de clase.

El fundador de Pel de Ric, Javier López de Hierro, explica que, de todos sus negocios, ese es el que menos necesita para vivir. Dice que se lo toma como un hobby, lo que nos da la idea de que él mismo no pertenece a la clase media. Y sin embargo, no se considera rico aunque tenga clarísimo que quiere serlo. «Claro que quiero llegar a ser un pel de ric. Es algo aspiracional. Por eso nuestra marca no atrae solo a pijos, sino a todo tipo de gente de muy diferente extracción social que quiere ser como esos señores de pelazo cano que están tan a gusto, en su barco, sin trabajar.»

De Fernando VII a Froilán:

los señoritos

En un viejo país ineficiente, algo así como España entre dos guerras civiles, en un pueblo junto al mar, poseer una casa y poca hacienda

y memoria ninguna. No leer, no sufrir, no escribir, no pagar cuentas, y vivir como un noble arruinado entre las ruinas de mi inteligencia.

«De vita beata», Jaime Gil de Biedma

Mi amigo Patricio Alvargonzález, además de ser un brillante guionista digno de su saga (su padrastro es Jorge Berlanga, hijo a su vez del insigne creador de La escopeta nacional), a veces hace pinitos como relaciones públicas. Él me ha contado que para entrar en los clubes nocturnos más selectos de algunas zonas del barrio de Salamanca te tienen que incluir en una lista a la que no todo el mundo puede acceder. A veces es él mismo quien gestiona alguna de esas listas. Para Patricio, quien tiene un alter ego en redes sociales llamado Cayetano Sáenz de Betolaza con el que satiriza (u homenajea, no está claro) con tono austrohúngaro y berlanguiano el mundo de los pijos ultraconservadores, no es raro encontrarse a Victoria Federica de Borbón entre los invitados. Hubo un tiempo en el que para la hija de una infanta real hubiese sido del todo impensable acudir a mezclar su sudor con gente sin sangre azul bajo luces estroboscópicas. Ni siquiera para una niña de la alta burguesía del Madrid romántico era posible acudir a un baile sin permiso de la madre, una carabina y un adminículo llamado precisamente carnet de baile en el que tenía que apuntar el nombre de los señores que la invitaban a danzar, a la vez que el invitante podía saber gracias a dicho carnet, y al material y adornos que llevaba este, no solo su posición social sino su estado civil: las solteras usaban carnets de baile de nácar, las casadas de marfil y las viudas de azabache.

Pero en el siglo xxi hay costumbres para las que ya no existen diferencias de clase: las niñas bien, que ya pueden salir solas de casa (aunque jamás lo hacen sin sus amigas) ponen en marcha los mismos rituales de apareamiento que las niñas mal.

Tampoco hay ya distingos para las tanganas en la puerta de las discotecas. La prueba de que esto es así nos la aportó Felipe Juan Froilán de Todos los Santos de Marichalar y Borbón, hermano de Victoria Federica y nieto de Juan Carlos de Borbón, el primer rey de la democracia española, el día de 2022 que a las puertas de un local nocturno de la refinada calle Goya de Madrid acabó envuelto en una reyerta, con navajazos incluidos. Y sin embargo, aunque la gresca sea transversal, que un miembro de la Casa Real española, cuarto en la línea de sucesión, se involucrara en una pelea callejera en plan macarra, sin pudor, como si no llevase en sus apellidos el peso de la responsabilidad institucional y el deber del decoro, era novedoso en la España del orden de 1978, la que había conseguido domesticar las peores pulsiones borbónicas.

Con su melena alborotada de claras reminiscencias Brutus y esos pantalones pitillo de tejido chino que en el siglo xxi han reemplazado a los vaqueros en el corazón de los pijos, su extraordinario parecido físico con el abuelo del abuelo de su abuelo, Fernando VII, quien encima también se ponía pantalones ajustados, cobraba ese día un sentido especial. Se dice de Fernando VII que era vago, maleducado, vengativo y de modales bruscos y chabacanos. Además de estos detalles personales, los libros de historia también cuentan que fue él quien se cargó la Constitución de 1812, la famosa Pepa de Cádiz. Esta carta magna de inspiración liberal, que aún hoy se considera una de las más avanzadas de la historia de este país, establecía un sistema electoral para elegir a los representantes de los ciudadanos en unas cortes (es decir, establecía un parlamento y una forma de elegir a sus diputados) y proponía acabar con los señoríos (la herencia de tierras con sus vasallos y jurisdicciones que impedían que la riqueza cambiase nunca de manos), los mayorazgos (la idea de que solo podían heredar los primogénitos) y las propiedades que estaban en manos de la Iglesia (muchas de las cuales se pusieron a la venta, lo que hizo que empezase esa pesadilla llamada «mercado inmobiliario»).

La Pepa era la gran esperanza para los que deseaban que los aires de cambio que recorrían el resto de Europa llegaran a una España en la que no había manera de modernizar una economía eminentemente agraria gestionada por una oligarquía terrateniente que para colmo era absentista, es decir, que se dedicaba al ocio en

las ciudades mientras otros trabajaban por ella en el campo. Estos grandes propietarios, que después devendrían en comerciantes o dueños de acciones de las primeras empresas capitalistas, eran miembros de casas nobiliarias cuyo prestigio dependía de una antigüedad que se podía trazar hasta llegar a las primeras coronas de los distintos reinos de España mirando un libro muy gordo editado en Alemania llamado Gotha (se sigue editando, ahora desde Londres, gracias a la iniciativa, entre otros, de Juan Carlos I). Eran en general gente poco cultivada (no necesitaban el capital cultural para ganar enteros sociales) a la que Fernando VII apoyó en su burricie (este rey se cargó todas las universidades). También eran beatones (la Iglesia sí les ayudaba a engrasar vínculos) que se podrían denominar clase ociosa, ya que no hacían absolutamente nada y de ello se vanagloriaban porque, de hecho, buena parte de su prestigio residía en su ociosidad.

Los nobles, por otro lado, eran los únicos que podían acceder a los altos cargos del Estado y del Ejército. Ambos espacios siguen siendo cotos muy restringidos a los que entran solo los que por su buena posición económica pueden destinar largos periodos de tiempo al estudio de oposiciones (la judicatura que promueve el famoso lawfare) o donde quedan dinastías de larga raigambre castrense, nostálgicas de no sé qué tiempos mejores (sus miembros son los que cada vez que vienen mal dadas, es decir, cada vez que parece que va a gobernar la izquierda, amenazan con la insurrección). Ellos no solo heredan el dinero (incluso después de la abolición del mayorazgo), sino sobre todo las costumbres, ese material intangible sobre el que se construye la idea de superioridad.

Todos los aristócratas antes de ser señores fueron «señoritos», como también lo serían sus hijos. La plena conciencia de sus privilegios, la costumbre de vivir mucho mejor que el resto por la gracia de Dios y la displicencia con la que trataban a los que no habían tenido su suerte eran tan características que «señorito» es todavía hoy, además de un sustantivo, un adjetivo que describiría perfectamente la actitud de Froilán aquella noche.

Igual que en la actualidad, en tiempos de Fernando VII quienes estaban en lo alto del escalafón de la nobleza eran los Grandes de España, entre los que se incluían los infantes; debajo iban los

duques y los marqueses, que podían ser Grandes o no. Había además una masa importante de nobles sin título, los llamados hidalgos (la Fundación Española de Estudios Nobiliarios estima que a finales del xviii era hidalga el 10 por ciento de la población), que sí trabajaban, como empleados del Reino, y gozaban de ciertas exenciones fiscales, mientras los campesinos seguían pagando diezmos (a los hidalgos, que se encargaban de cobrarlos).

La domesticidad burguesa que empezó a asomar en las ciudades a finales del siglo xviii, la de casas con dormitorios, salones, cocina y zona para servicio, no existía en los pueblos más que en casa de los señores y sus hijos, para los que la gente trabajaba en su ausencia (en el caso de los latifundios del sur) o en su lejana presencia, pues estaban encastillados en sus palacios de piedra (en el caso de los cultivos más pequeños del norte). Los jornaleros vivían en hogares primitivos, sin agua (no existía el alcantarillado), sin luz (el alumbrado público no llegó a muchos pueblos de España hasta los años setenta... ¡del siglo xx!) y cobrando un «salario» que no era dinero, sino la comida con que les pagaban los señores a cambio de su mano de obra. Comida que no siempre había. Dado que las tierras pertenecían a familias llenas de vagos que no dedicaban tiempo a pensar cómo optimizar sus cosechas, el éxito de los cultivos no estaba garantizado y el hambre siempre acechaba. Así vivía el 80 por ciento de la población en tiempos de Fernando VII.

Es importante trazar este dibujo tan grueso para comprender lo que era el día a día de un españolito de a pie en la época de ese señor que tanto parecido físico guarda con Froilán. Hoy en día, según datos de la OCDE (la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), España es un país en el que se puede considerar clase media al 50 por ciento de la población, y esta clase media goza de un nivel de bienestar que nos sitúa en el puesto diecinueve del mundo (lo que incluye altos objetivos como la educación superior, pero también otros tan prosaicos como eso de abrir un grifo y que salga agua potable). Por mucho que el propio concepto de clase media sea muy laxo y abarque una horquilla de ingresos amplísima (se incluyen en ese grupo quienes ganan de 11.395 a 30.386 euros anuales), hay que tener en cuenta que a mediados del xix había quince millones de habitantes en España y la mayoría aún pertenecían al proletariado campesino. Solo dos

millones de personas vivían en ciudades y, de esas ciudades, solo en las que había una actividad comercial o fabril efervescente fue donde surgió una alta burguesía moderna que empezó a disfrutar del «ocio» en el sentido contemporáneo: desde las compras como actividad de asueto hasta las salidas culturales, con la ópera como cita de máximo prestigio.

Obviamente los nobles que se beneficiaban de los privilegios feudales y pasaban mucha menos hambre no eran muy amigos de las reformas liberales que suprimían los sistemas de transmisión patrimonial que garantizaban la pervivencia de las viejas formas, y cuando Fernando VII, tras la pausa pepista, devolvió el absolutismo a España, algunos estuvieron la mar de contentos. No todos, sin embargo: los liberales dieron un golpe, liderado por Riego, que ha pasado a la historia por tener un himno propio que aún hoy se escucha mucho en las manifestaciones de izquierdas republicanas. Tampoco estaban muy ufanos los partidarios furibundos del regreso sin paliativos al Antiguo Régimen, los carlistas, cuyo lema, «Dios, Patria, Rey» (o en el caso de los vascos y navarros, «Dios, Patria, Fueros», por aquello de los privilegios económicos especiales que aún se arrastran), los llevó a organizar unas cuantas guerras en los montes más verdes de España para recuperar un pasado glorioso en el que nadie hablase de sistema parlamentario ni impuestos para todo quisque. Que los símbolos con los que se identificaban los ultraconservadoras de entonces, como por ejemplo la Cruz de Borgoña, salgan a relucir cada vez que hay una manifestación de la refundada ultraderecha española del siglo xxi no es casualidad: son la representación sutil de una nostalgia reaccionaria que echa de menos el tiempo de los tercios y el Imperio español, cosas todas que también echaban de menos los carlistas, a los que se llamaba tradicionalistas por algo.

Unos por otros y la casa sin barrer: en España no empezó algo remotamente parecido a la Revolución Industrial inglesa hasta finales del reinado de Isabel II (la hija de Fernando VII), en la década de 1860. Ya habían empezado a notarse ciertos cambios en la estructura política en algunos momentos del reinado de Fernando, en el llamado Trienio Liberal, pero en lo social España solo comenzó a parecerse más a un sistema de clases, con limitadas posibilidades de movilidad, a mediados del xix.

Fue entonces cuando se consolidó una tímida clase media urbana que en las ciudades sin industria como Madrid vivía pendiente de las migajas que le pudiesen caer de una Corona que siempre estaba amenazada y de unos gobiernos que cambiaban más que el viento en un pantano. Aunque los libros de historia la denominen así, es absurdo identificarla con la actual clase media, no solo porque no tiene ni punto de comparación el nivel de bienestar, sino porque eran cuatro gatos. Las inercias del Antiguo Régimen, sin embargo, eran un lastre demasiado pesado hasta para estos.

Como cuenta David Martínez López en Sobre familias, élites y herencias en el siglo XIX, cuando empezaron a llegar las reformas seculares los que tenían títulos seguían encontrando formas de conservar sus prebendas, porque, aunque se aboliese la primogenitura y empezase a ser obligatorio repartir la herencia entre todos los hijos, tener título era un requisito de prestigio para formar parte de los círculos de poder, para acceder a los altos mandos del Ejército y sobre todo para ser alguien en la escena social. Y esos títulos los otorgaban únicamente los reyes, para ayudar a que no perdieran sus propiedades los que las habían tenido por la gracia de Dios. Pongamos como ejemplo el caso del señorío de Griñón, situado en Malpica de Tajo, pueblo cercano a la autovía que hoy une Madrid con Toledo, que gracias a un marquesado concedido por la reina Isabel II, es aún hoy propiedad de los Falcó, en la actualidad gestores de explotaciones agrícolas que producen vinos con etiquetas llenas de blasones. De ellos desciende la pija oficial de España: Tamara. Su apellido no es el único de resonancias nobles que sigue teniendo gran relevancia en la actualidad nacional. Ahí está la casa de Alba, la principal estirpe de la nobleza de España, a la que pertenece el Cayetano máximo, Martínez de Irujo, el que dijo que en Andalucía hay desempleo porque los jóvenes no quieren trabajar (para los ricos el problema nunca son los salarios bajos de los demás). Él es hijo de Cayetana de Alba, la mujer que llegó a tener más títulos nobiliarios en todo el mundo. Ahí están también los Álvarez de Toledo, cuyos orígenes se remontan al siglo xii, a cuya línea menor pertenece la Cayetana con acento argentino que milita en el Partido Popular y pasará a la historia por haberse agarrado un berrinche porque la cabalgata de Reyes de la alcaldesa de Madrid Manuela Carmena no les gustó a sus hijos. Contrariar a un señorito|a sigue teniendo mucha repercusión, aunque desde 1978 poseer un título solo tenga valor simbólico.

Fernando VII, Isabel II, Alfonso XII y XIII, cada uno con su grado de tolerancia a la economía liberal y capitalista, hicieron todos lo mismo con los títulos: respetar a los que los tenían ya y otorgárselos a los que no eran nadie pero volvían de sus aventuras en las colonias forrados hasta los dientes. Este fue el caso de Antonio López, marqués de Comillas, que antes de amasar una auténtica fortuna explotando esclavos había sido el humilde hijo de la lechera del pueblo que se llama como su marquesado y que hoy en día es sede de la universidad más pija de España y el lugar de veraneo con más prestigio del norte, donde aquellos que quieren aparentar dinero viejo dicen ir de vacaciones. Alfonso XII le dio su marquesado y nadie se atrevió a decir que el nuevo aristócrata era un negrero hasta hace relativamente poco, cuando la alcaldesa Ada Colau llamó las cosas por su nombre y exigió la retirada de la estatua que le honraba en la ciudad de la que fue principal benefactor, Barcelona.

Cuando empezó el desastre de las colonias (en tiempos de Isabel II), que tanto hirió el orgullo patrio hacia 1898, muchos de los indianos que regresaban, o bien vivían como rentistas, o bien invertían en nuevos negocios, pues ya había avanzado un poco más el asunto de la industrialización: por aquel entonces recibían títulos quienes fundaban astilleros (los vascos), fábricas textiles (los catalanes) o gestionaban monopolios (el carbón en Asturias). La excusa era el reconocimiento y la gloria de su buena españolidad, pero el fin último era que pudieran emparentarse con otras familias de rancio abolengo y títulos viejos que no tenían un duro sin que nadie dijese que aquellos matrimonios eran (¡horror!) morganáticos, es decir, una intolerable mezcla de pueblo llano y gente bien. De esa manera, los que descendían de la pata del Cid podían entrar en el accionariado de las nuevas compañías y estructurar de otra forma sus patrimonios, cuya energía no disminuyó mucho con respecto al Antiguo Régimen, solo se transformó.

Esta gente es la que más se asemejaba a la alta burguesía que había surgido en el resto de Europa: ellos fueron los primeros en promover ensanches en las ciudades donde hacían edificios de estilos eclécticos que daban idea de su poderío (así fue en Bilbao, en Donosti, en Barcelona, en Oviedo...). El capital cultural empezó a cobrar cada vez más importancia para los que no tenían árbol

genealógico del que presumir y, por eso, los explotadores de ultramar que habían hecho su agosto gracias a que la esclavitud en las colonias españolas fue legal hasta 1886 y los industriales sin pasado que pagaban salarios irrisorios a los trabajadores locales aportaban su dinero para obras públicas y teatros que anunciaban la llegada de las formas de ocio modernas, urbanitas y cosmopolitas. Todo el Eixample barcelonés es un ejemplo de ello.

Los empresarios de las ciudades industrializadas inauguraban círculos gremiales que habían empezado a crearse ya en la época de Carlos III, pero en ciudades como Barcelona, donde el algodón y el textil daban grandes alegrías, imitaban el espíritu de los clubes de caballeros británicos para darse lustre. En estos, como en aquellos, no podían entrar las mujeres. Para ellas se reservaba el privilegio del lavado de conciencia con obras caritativas (hospitales, colegios para huérfanos, colectas), que en realidad también les garantizaba un hueco en la escena social. Por ejemplo, en Madrid la duquesa de Santoña, que se había casado con un banquero que daba su buen dinero a Alfonso XII y por eso fue nombrado duque, montó un hospital infantil, el Niño Jesús, que todavía sigue en pie en la zona de Retiro. Esta señora vivía en un palacio en el barrio de Huertas donde montaba unas fiestas del recopetín. Porque la escena social se convirtió en todo un tema: era la forma que tenían los nuevos ricos de mostrar que lo eran y los viejos, que no habían dejado de serlo. Una señora que no montaba fiestas, es decir, que no era anfitriona, no era una gran señora porque no cumplía con su función primordial. Y esta función era hacer ver a todo el mundo el dinero que su esposo y todos los de su estirpe habían conseguido amasar. De ahí viene esa idea tan arraigada entre las clases altas de que quien «recibe en casa» es quien de verdad pinta algo.

La vida social giraba en círculos concéntricos en torno a la Casa Real. Cuanto más cerca, más prestigio. El tamaño del palacio y su ubicación dentro de la ciudad daban idea de esa proximidad. La colección de arte que atesoraran también. La riqueza decorativa, otro tanto de lo mismo. El nivel de una fiesta se reconocía por los invitados que acudían. Como en las discotecas del barrio de Salamanca en las que mi amigo Patricio hace a veces de relaciones públicas, no entraba cualquiera. Las mejores familias organizaban los bailes privados, a los que también se llamaba chicos, que

paradójicamente eran los de más nivel, a los que asistían los reyes, que solo se mezclaban con otros Grandes de España. A estos eventos no podían ir políticos ni burgueses ramplones. Las familias de menos nivel, que vivían en los palacetes, a los que también se llamaba hotelitos, organizaban los bailes grandes, donde también podía ir la nueva burguesía. Como explica Carolina Miguel Arroyo, conservadora del Museo Nacional del Romanticismo, la preparación de un baile en una casa aristocrática en esta época era un acontecimiento de tal importancia «que podía refrendar la posición política y social de la familia, mejorar los negocios de la misma, planear un matrimonio interesante o, por el contrario, convertirse en un desastre social que al día siguiente saldría publicado en la prensa local». Porque como el único propósito de aquellas fiestas era posicionarse dentro del entramado social, surgieron los cronistas de sociedad, precursores de las actuales revistas del corazón. Al día siguiente de cada sarao estos cronistas contaban en las gacetillas liberales que habían surgido en todas las ciudades lo que habían visto. Ay del que no iluminase las calles cercanas y la entrada de la casa, del que no trajese flores desde zonas más cálidas, como Valencia o Andalucía, o del que no arreglase una orquesta de varios músicos y pusiera cómodas sillas circundando el espacio para que las damas pudiesen sentarse. Ay del que no se acogiese a las reglas de los manuales de urbanidad que empezaban a surgir para poder determinar quién se atenía a los modales, forma infalible de detectar la clase de cada invitado (porque los modales comportan medidas higiénicas que evitan contagios indeseables, pero sobre todo reglas absurdas para hacer triaje pecuniario, por eso son la obsesión de todo buen esnob). Pertenecer a la clase alta en este tiempo no solo significaba ser alguien, también representaba tener derecho a voto, en un sistema parlamentario amañado con sufragio exclusivamente masculino en el que un cierto nivel de renta era un requisito imprescindible para votar.

Para las mujeres quedaban las fiestas. Los cronistas escogían con gran crueldad los adjetivos que daban a las señoritas en función de su clase o de la antigüedad de sus títulos: reservaban «bellísima» para las que descendiesen de una de las veinticinco casas nobles reconocidas por Carlos V. De las de la pequeña burguesía decían maliciosamente: «Son damas cuyos nombres no conseguimos recordar». La soterrada ironía que se puede leer todavía hoy en

algunos pies de foto del ¡Hola! nació de aquel tipo de cobertura mediática.

De la misma forma que en este momento en las discotecas pijas con acceso restringido de los barrios bien se fraguan los amores de las clases altas, aquellas fiestas funcionaban como un aristontinder donde se colocaba a las mozas casaderas. A veces se hacía de una forma explícita en un tipo de ágape, la puesta de largo, que se estilaba en la Inglaterra de finales del xviii. En aquellas puestas de largo la casamentera era la reina Carlota, como se puede ver con ciertas licencias de ficción en la serie de Netflix Los Bridgerton. En los círculos de más nivel de la nobleza en toda Europa necesitaban el consentimiento de los reyes para casarse. El fin era precisamente que los círculos de poder y capital fuesen reducidos y que el patrimonio de las familias más ricas no se dispersara. No es casualidad, pues, que en la época del capitalismo patrimonial, es decir, el siglo xxi, las puestas de largo organizadas para cruzar a hijos de magnates con socialités del más variado pelaje hayan resucitado. Es el caso del baile de debutantes que se celebra de nuevo en el Hôtel de Crillon de París (frente al lugar donde se decapitó a María Antonieta) desde 1991 y al que fue a buscar buen casamiento la hija de Pedro Jota Ramírez y Ágatha Ruiz de la Prada, Cósima Ramírez.

En el Madrid isabelino el rendez-vous más cotizado era el de la duquesa de Fernán Núñez, quien organizaba fastuosos bailes de disfraces que pusieron su palacio en el mapa de la prensa nacional e internacional. La reina Isabel se sentaba en el amarillo —o isabelino—, un sofá de estilo francés, entre paredes enteladas con sedas amarillas de Lyon y pinturas de Vicente Palmaroli. Se lo pasaba pipa viendo a las damiselas desfilar.

Que la nobleza, la alta burguesía y la burguesía no tan alta la mayoría de las veces se casaban por conveniencia era algo tan sabido que cuando Marx y Engels canalizaron la rabia del proletariado en El manifiesto comunista, una de sus principales líneas de argumentación contra la institución de la familia era precisamente que el matrimonio era una empresa concebida para la inquebrantable transmisión patrimonial. No mentían. Cada buen emparejamiento era muy celebrado por las clases altas y a mediados del siglo xix las bodas de postín se convirtieron en una gran atracción que significaba el triunfo de los más fuertes y, de paso, el no-fracaso de la mujer que conseguía emparejarse bien, un logro equiparable a conseguir una plaza de funcionario A en la

Administración hoy.

Nadie negaba que la aportación que podían hacer los contrayentes y sus respectivas familias a la economía de cada parte era esencial. Por eso en aquellas bodas tenía gran importancia el trousseau, que eran todos los regalos que los novios habían recibido de sus familias a modo de dote, desde el vestido de novia hasta las joyas cedidas por la suegra. El trousseau (que es lo que en la actualidad se llama «lista de bodas») se exponía durante días para que toda la alta sociedad lo viese y se enterase de que ahí había una power couple. Si pensamos en la reciente boda de Tamara Falcó veremos que nada de esto suena lejano ni extraño: los contrayentes, en especial ella, pues es la mujer la que carga el peso del prestigio de casarse, mostraron sus regalos en redes sociales durante meses. Por otro lado, ella fue considerada durante mucho tiempo en su familia «material dañado» porque no conseguía casarse. En el reality show que se filmó sobre su vida, su madre, la socialité Isabel Preysler, quien se unió en matrimonio con un noble para completar el viaje de la burguesa que sueña con un título, no ocultaba este sentimiento hacia su hija. Meses antes de un enlace con un señorito sin muchas credenciales pero sí muchos títulos, un tal Íñigo Onieva, se filtró que él había puesto los cuernos a la futura novia con una ejecutiva de cuentas internacional. Tamara Falcó, al principio, hizo gala de un espíritu alineado con el feminismo de cuarta ola propio del siglo xxi y dijo que no quería volver a saber nada de él «ni un segundo en el metaverso». Pero al final se casó con él, en sintonía con los valores del siglo xix, en un palacio propiedad de su padre. Dicho palacio había sido, irónicamente, localización de La escopeta nacional, la película de García-Berlanga en la que se puede ver la enorme pantomima que siguió siendo el asunto nobiliario en este país hasta el tardofranquismo. En dicha película se retrata muy bien cómo la dinámica entre señores y vasallos que ya no son ninguna de las dos cosas permanece, incluso aunque la ley diga que sus roles ya no existen.

Mi amigo Patricio Alvargonzález participó siendo muy joven en el homenaje a una de las dos secuelas que su abuelastro filmó de La escopeta nacional, Patrimonio nacional. Uno de los personajes más importantes de la película, el marqués de Leguineche, representa a un tipo concreto de señorito, el que nunca llega a ser señor y continúa siendo «ito» hasta la vejez. A esta clase de señoritos les caracteriza una proverbial jeta a la que jamás renuncian, además de una prepotencia

disfrazada de ironía, humor y modales exquisitos que desarman hasta al más pintado. Existe otra modalidad de señoritos similar, solo que el humor en ellos se transforma con frecuencia en ira y la buena educación en ese despotismo del que solo son capaces quienes saben que los manuales de buenas maneras están para las clases medias con aspiraciones. A esta segunda categoría pertenece, por ejemplo, Juan Felipe Froilán de Todos los Santos. El marqués de Leguineche pertenece a la primera. Era un tipo con un sentido del humor envidiable. En la vida real se llamaba Luis Escobar Kirkpatrick y era de verdad marqués. El séptimo de las marismas del Guadalquivir. El primero fue banquero y el título se lo dio Fernando VII en recompensa por haberle ayudado a pagar el desastre económico que fue para España el regreso al absolutismo.

Eugenia de Montijo: la clase media,

la cursilería y la primera española

que se compró un Luisvi

El primer verano que pudimos andar sin mascarillas después del confinamiento por la COVID una señora de Salou llamada Nuria Pajares, que precisamente durante la pandemia se abrió una cuenta de TikTok para matar el tedio, se hizo famosa en toda España después de subir a sus redes sociales un vídeo grabado en el interior de un coche de alta gama en el que entregaba a su hija Mery su primer «Luisvi». El Luisvi, un bolso shopper de piel de la firma francesa Louis Vuitton valorado en mil quinientos euros, era el premio que la madre le daba por haber aprobado la «sele» (diminutivo que la señora usaba para referirse a la selectividad). La hija se echaba a llorar con el mismo sentimiento jondo de quien se entera de que ha superado un cáncer terminal, mientras que su progenitora (que hacía muchos aspavientos y mostraba a cámara sus inmaculados dientes de actriz y su perfecta manicura) parecía más preocupada de cerciorarse de que los espectadores viesen la dramática reacción de su hija que de presenciarla ella misma.

Nada de lo que ocurría en ese pequeño cuadrante era nuevo para los usuarios de Instagram o TikTok, redes sociales que sobre todo son escaparates globales concebidos para eso de lo que hablaba Torstein Veblen en su Teoría de la clase ociosa, la tendencia a la imitación de las clases superiores por parte de las que están por debajo. Esa es la pulsión que se esconde en el alma de todo influencer. Si este vídeo resultaba particularmente llamativo era porque la distancia entre lo que sus protagonistas querían parecer ser (miembros de una élite) y lo que a todas luces eran (habitantes de un adosado subidas a un vehículo todoterreno y borrachas de delirios de grandeza) era muy evidente. De alguna forma representaban la quintaesencia de lo aspiracional, la materia prima de la que están hechos los sueños de la clase media.

Nuria Pajares y su hija Mery probablemente no eran conscientes, pero en la parte trasera de ese vehículo estaba sentada observándolas el fantasma de Eugenia de Montijo, la primera

española que tuvo un Luisvi. Le llevó un rato largo acomodar los metros de tules y ricos terciopelos del vestido (porque Eugenia de Montijo se vestía como una emperatriz teatral, que es lo que era) para que no se le enredasen con la palanca de cambio y para, asomada por encima de su propio miriñaque, contemplar aquella escena que cerraba un círculo de tres siglos.

Eugenia de Montijo fue la hija de María Manuela Kirkpatrick de Closeburn y Grivegnée, una señora andaluza descendiente de la nobleza escocesa que viajaba mucho, entre otras cosas, porque su padre era un bodeguero de Jerez de la Frontera con muchísimo dinero y también porque se casó con un militar al que echaron de España por conspirar contra Fernando VII. Así, Manuela pasó parte de su juventud en París, donde se codeaba con la nobleza, la alta burguesía y los intelectuales (parece ser que era amiga de Stendhal y Mérimée). Cuando regresó a España ya con dos hijas y sin su marido lo hizo para ser camarera mayor de la reina Isabel II, a quien le gustaba mucho la gente fina con buenos contactos en la Francia de los Napoleones y que, si había lujo de por medio, perdonaba los desmanes pretéritos contra su padre.

Isabel II no fue una reina cualquiera. Fue ella la que inauguró esa arraigada costumbre borbónica de cobrar comisiones y ahorrarlas opacamente, por lo que pueda pasar, que el pueblo es muy traicionero. Cada concesión que hizo a la lógica del liberalismo que inexorablemente se iba imponiendo en un país que no quería volver a las viejas estructuras se la cobró con creces: ella inauguró en España el capitalismo de amiguetes que tiende redes clientelares entre la gente de las clases altas.

Y de todos sus amiguetes el más destacado fue José María de Salamanca y Mayol, quien ya había hecho sus buenos negocios durante el periodo en el que Isabel era todavía una niña que no podía tomar decisiones. En esa época José María se había asociado con el marido de la regente María Cristina, el duque de Riánsares, para hacer inversiones a la baja en la Bolsa de Madrid, aprovechándose de la información privilegiada a la que tenía acceso. Después, en un país en el que la sal era un ingrediente imprescindible en todos los hogares, pues era lo que se usaba para conservar los alimentos, consiguió su monopolio. Aunque su gran

negocio lo hizo con los ferrocarriles. Cuando en España aún no había una red de carreteras modernas y las locomotoras se presentaron como la condición imprescindible para modernizar el tejido económico, la construcción de la red ferroviaria se convirtió en una gran burbuja especulativa y él en uno de los empresarios a los que la Corona dio más concesiones para ejecutar unas obras que se prolongaban innecesariamente y se complicaban en absurdos trazados serpenteantes (aquí encontramos el germen de la Nación de Rotondas que es España aún hoy). El trato de favor de la reina a este individuo era tan escandaloso que él llegó a revenderle al Gobierno la línea que con la connivencia de ella había construido entre Madrid y Aranjuez, mientras a su vez el Gobierno se la alquilaba por un precio que él nunca llegó a pagar. Todas estas hazañas le fueron recompensadas con un marquesado y solo cayó en desgracia cuando se le ocurrió construir un ensanche señorial, el famoso barrio madrileño de Salamanca, cuyas viviendas no tuvieron el éxito esperado y le llevaron a la ruina.

El Madrid en el que surgió el barrio de Salamanca fue también en el que nació la burguesía comerciante con aspiraciones que retrató Benito Pérez Galdós en muchas de sus obras, entre ellas Fortunata y Jacinta, donde decía esto:

Era la época en la que la clase media entraba de lleno en el ejercicio de sus funciones, apandando todos los empleos creados por el nuevo sistema político y administrativo, comprando a plazo todas las fincas que habían sido de la Iglesia, constituyéndose en propietaria del suelo y en usufructuaria del presupuesto, absorbiendo en fin los despojos del absolutismo y el clero y fundando el imperio de la levita.

Esta clase media, cuenta Galdós, empezaba a transmitir su nuevo estatus vistiendo de forma seria: los hombres renunciaban a las capas rojas que en otro tiempo habían estado de moda y se las ponían negras, junto a sombreros de copa que les hacían sentirse como gentlemen británicos, mientras que las señoras no se tenían por tales si no iban vestidas de color hollín, ceniza, rapé, verde botella o pasa de corinto. Es decir, optaban por todos esos colores que definen la pantonera del pijo ultraconservador (también conocido como cayetano) contemporáneo. En esa Corte llena de gente ambiciosa se pusieron de moda las «novedades»,

que eran las modas que venían de París, de Londres o de Amberes; estas fueron reemplazando a los tejidos coloridos que venían de las colonias españolas, especialmente de Manila: «Como se habían ido las capas rojas se fueron los mantones de Manila. La aristocracia los cedía con desdén a la clase media y esta, que también quería ser aristócrata, entregábalos al pueblo, último y fiel adepto de los matices vivos», escribe Galdós, en un pasaje de Fortunata y Jacinta que describe con precisión el mecanismo de permeado de arriba abajo del consumo.

Y en ese Madrid fue donde la madre de Eugenia de Montijo, Manuela, se convirtió en gran anfitriona. Como camarera mayor de la reina tenía un despacho en el Palacio Real, donde hubiese podido dormir si hubiese querido, pero ella prefirió residir en su propio casoplón. La finca en cuestión ahora es un hotel con una terraza de esas donde pinchan «housito» y ponen gin tonics premium en eventos de marcas (el hotel M), pero en su tiempo, es decir, hacia mediados del siglo xix, era una mansión con salones suntuosos donde no tardó mucho en conseguir un buen marido su hija mayor, que se casó con el duque de Alba y así se convirtió ella en Alba también. Sin embargo, la hija pequeña, Eugenia, tardó un poco más en colocarse. Como cuenta Marisol Donis en Anfitrionas, un libro en el que la autora desgrana los extravagantes usos y costumbres festivos de las buenas familias desde mediados del xix, Eugenia no era normal. Algunos cronistas decían que era graciosa, inteligente y atrevida, tres atributos que en su tiempo no eran necesariamente piropos. Otros, como Juan Valera, la describían como la «diabólica muchacha que con coquetería infantil, chilla, alborota y hace todas las travesuras de un chiquillo de seis años, siendo al mismo tiempo la más fashionable señorita de la Villa y Corte, tan mandona, tan aficionada a los ejercicios gimnásticos, tan adorablemente maleducada que casi se puede asegurar que su futuro esposo será mártir de esta criatura celestial nobiliaria y sobre todo riquísima». No se equivocaba el autor en sus predicciones matrimoniales: Eugenia de Montijo conoció a su marido en París, a donde su madre seguía yendo con frecuencia, y este no era otro que Napoleón III. Estamos hablando quizá del braguetazo más sonado de toda la historia de España a.IP (antes de Isabel Preysler).

Eugenia de Montijo, que llevaba en la sangre genes escoceses y por eso tenía una piel muy blanca y unos ojos muy azules, se convirtió definitivamente en una figura legendaria para las españolas, sobre todo

para las de esa clase media con ínfulas de la que hablaba Galdós. Fue, digamos, una influencer mucho antes de que ese concepto existiese. Y una en lo alto de la pirámide social, rubia sin necesidad de peluquerías. Todo en la estampa de la Montijo era deseable. Para empezar, se había convertido en emperatriz del país más glamuroso de Europa, el que dictaba cómo debían vestirse las mujeres verdaderamente elegantes en un momento en el que la moda empezaba a nacer como industria. A Eugenia de Montijo le encantaba subir la apuesta de María Antonieta, aunque el eco de las guillotinas aún se escuchase en todo el continente. Eugenia fue la principal modelo de Charles Worth, el hombre que inventó la alta costura y al que le debemos el origen del sistema de desfiles que todavía funciona en París. Worth creaba para ella unos vestidos exageradísimos que parecían globos llenos de flores. Fue la mayor prescriptora de los productos cosméticos de la casa Guerlain, que hizo su primer perfume para ella en un momento en el que los higienistas de toda Europa se esforzaban por erradicar el hedor que había caracterizado a las ciudades desde la Edad Media. Sus estilismos pomposos los intentaba imitar hasta la primera dama de Estados Unidos, la mujer de Abraham Lincoln, quien los veía publicados en las revistas ilustradas precursoras de Vogue.

La Montijo fue también clienta de honor del joven guarnicionero más prestigioso de Francia, quien construía baúles especiales para las primeras damas veraneantes. A ella le hacía maletas personalizadas para que pudiese transportar las crinolinas en los meses estivales desde París hasta el lugar de moda, Biarritz, donde la naciente industria de la moda también encontraba su público objetivo. El artesano en cuestión se llamaba Louis Vuitton.

Quedaban aún casi doscientos años para que el taller de aquel señor se convirtiese en el conglomerado de alta gama más grande del mundo, LVMH (siglas que responden a Louis Vuitton Moët Hennessy) y para que la propia casa Vuitton se transformara en la firma de lujo con más capacidad para generar ingresos del planeta; faltaba todavía mucho para que un tiburón de las finanzas llamado Bernard Arnault (propietario actualmente también de Guerlain) convirtiese el taller de aquel marroquinero especialista en maletas en una gigantesca maquinaria aspiracional de alcance global capaz de hacer desear a una niña de Salou un bolso más que un trasplante de riñón. Y, sin embargo, ya habían surgido los mecanismos de imitación a través del consumo

que hicieron que en la Corte de Isabel II cada nuevo capricho de Eugenia de Montijo se tradujera en un patrón que emular. La reina española, que era su íntima amiga, intentaba imitarla. Y, en consecuencia, trataban de emularla también las cortesanas. Acto seguido se sumaron a la fiebre copiadora las mujeres de esa pequeña pacatona clase media galdosiana. Los mismos comerciantes que se iban convirtiendo en propietarios veían como la nueva clientela con aspiraciones de su misma clase demandaba nansouk y cretonas de Alsacia, mantelería de Courtray, puntillas y encajería mecánica, crinolinas y miriñaques. La emulación pecuniaria llevaba a las damas que no tenían ni el dinero ni el abolengo a pedir a sus modistas que replicaran el efecto de los tules, los terciopelos, los satenes y las plumas de marabú montijianas como podían, sentando así el referente para un modelo de negocio (el de la copia low cost) con el que casi dos siglos más tarde se haría rico otro gran magnate de lo aspiracional, Amancio Ortega. Lo único que se podía imitar totalmente gratis de la Montijo era su nombre y por eso Eugenia se convirtió en un nombre fetiche para los que querían invocar el triunfo social. Una niña bautizada como Eugenia era una promesa de belleza.

Los recursos de fingimiento de clase abarcaban muchas áreas: ir a la ópera o tener una buena biblioteca se habían convertido en una forma de distinción también porque la altura intelectual ya empezaba a ser importante hasta para quien nunca la había contemplado, los nobles. Una mujer que tenía en su armario un abrigo llamado «salida de teatro» era una mujer que frecuentaba los círculos adecuados: se lo ponía para tapar su prominente escote en la distancia que recorría en coche de caballos entre su casa y el teatro, el único lugar donde podía enseñar voluptuosidades.

Pero a mediados del siglo xix no existían los mecanismos industriales de imitación ni el nivel de bienestar que conocemos hoy y que damos por sentados. Dichos mecanismos, de hecho, eran tan irrisorios que recibieron un nombre concreto: cursilería. La cursilería era el comportamiento propio de la persona cursi, palabra sobre cuyo origen hay varias hipótesis. Algo tan sencillo como lavarse podía ser un indicador de clase infalible, que en tiempos de redes sociales ha perdido importancia: las fotos no huelen. En tiempos de Isabel II, la reina que llevó el agua a las casas de Madrid, el que se podía bañar y después untarse con afeites pertenecía a un segmento exiguo y privilegiado de la población.

También en estos tiempos la simple capacidad de leer o escribir era un criterio de acceso al poder fundamental: solo podían decidir el futuro de España los letrados, de ahí que muchos nuevos burgueses se esforzasen tanto en parecer cultos, que los libros fuesen una mercancía valiosísima y que escribir poesía fuera la máxima expresión cursi.

Como explica Noël Valis en su libro La cultura de la cursilería, el término cursi por un lado se les atribuye a las hermanas Sicur, hijas de una familia adinerada gaditana de las que la gente se reía por su estilo pretencioso y a cuyo apellido se le dio la vuelta para que ellas no se enteraran de la chanza. Por otro lado, el autor explica que quizás el origen de la palabra tenga que ver con el uso de la letra cursiva por parte de ciertos comerciantes, también gaditanos, que querían parecer ingleses, pues esa letra inclinada era la que usaban los gentlemen comerciantes de vino de Jerez.

En cualquier caso, se sabe que la palabra «cursi» nació en Cádiz, la ciudad donde se alumbró la modernísima Pepa; allí sí habían penetrado los valores del liberalismo que Fernando VII quiso aniquilar y la clase media vivió una prosperidad llamativa. La actividad mercantil de su puerto dio acogida a hombres de negocios de todo tipo: genoveses, ingleses y escoceses (entre ellos el abuelo de Eugenia de Montijo), así como peluqueros franceses, sastres y modistos que promovieron la elegancia sartorial de Beau Brummell en aquel rincón de Andalucía. Tanto fue así que apareció un tipo de dandy autóctono al que se denominaba «piri» y que era un personaje callejero al que se distinguía por unos patillones inmensos y unas polainas de colores en el que bien podría residir el origen del típico capillita andaluz. Todo lo británico se consideraba lo máximo: los comerciantes locales construían sus oficinas al estilo inglés y tenían copias del London Directory o del Lloyd's Register en sus estanterías para aportarles tono. Siguiendo una costumbre que antes se restringía a la aristocracia, mandaban a sus hijos a internados ingleses para que aprendieran idiomas y después pudiesen hacer negocios con los británicos.

La decoración de los hogares también era campo abonado para la cursilería. Dado que aún no existían las artes decorativas accesibles tipo Ikea, para los que no eran ni ricos ni pobres el repertorio de recursos para fingir cierta distinción era muy limitado: poner unos clásicos

forrados en piel y con letras de pan de oro en la librería del comedor, encargarle un paisaje rococó a un pintor de baja estofa o comprar un bargueño, un chiffonnier, un armario de roble y dos pares de floretes a un anticuario para así simular cierto pasado nobiliario, disponer de un aguamanil y una palangana de porcelana de La Cartuja... En general, la decoración abigarrada y los cachivaches conducían al horror vacui. Porque el eco era de pobres y habrían de pasar aún muchos años para que la abundancia fuese algo tan común que el minimalismo se convirtiera en símbolo de estatus.

La fiebre por la adquisición de símbolos de prestigio se instaló entre las nuevas clases medias de forma tan clara que hasta Galdós se vio obligado a retratar sus estragos en alguna de sus obras. Concretamente en La de Bringas, la novela en la que cuenta las miserias de Rosalía Pipaón, una señorita que se casa con un señor horroroso pero consigue su sueño: vivir en el Palacio Real al servicio de Isabel II. ¿Qué ocurre? Que para llevar un estilo de vida acorde con las necesidades palatinas empieza a comprar ropa digna de Eugenia de Montijo que en realidad no puede pagar. De manera que se acaba prostituyendo. Y bien intuimos lo que la moral de aquel tiempo decía de las mujeres de ese cariz.

Los columnistas cipotudos de la época criticaban esta fiebre crematística femenina que había incitado la emperatriz de Francia y la asociaban con los peores presagios. El escritor Basilio Sebastián Castellanos de Losada (lo cuenta Noël Valis en su tratado sobre la cursilería) escribió:

El lujo, elevado a su mayor potencia, es el gusano roedor de la presente sociedad europea. [...] Ya nadie se contenta con una modesta fortuna; es preciso andar en carroza y vivir a lo príncipe y para conseguirlo no hay crimen que se economice ni bajeza que no se ponga en juego.

Y después advertía: «El deseo de lujo fomenta la insolencia de clase, ha despertado en el pueblo ideas exageradas contra los ricos a los que pretende desposeer el socialismo».

Qué poco podía imaginarse el señor Castellanos de Losada que cuando se produjese la verdadera revolución del lujo, la instigada por el señor Bernard Arnault y mantenida al ralentí por Amancio Ortega, la insolencia no sería la principal reacción de clase frente al

lujo, porque viviríamos en la era del capitalismo patrimonial, en la que las clases medias aún soñarían con subir a lo más alto de la pirámide.

Efectivamente, en el siglo xxi, el lujo es una de las grandes industrias generadoras de riqueza y la desfachatez con la que se exhibe ha sido criticada por representantes políticos de izquierdas, como Alexandra Ocasio-Cortez, la socialista estadounidense que hacía campaña junto a Bernie Sanders, quien se presentó en el baile del MET, el acontecimiento de moda más importante de Occidente, con un vestido blanco, pomposo a lo Eugenia de Montijo, sobre cuyos tules se podía leer en gigantescas letras rojas: «Tax the Rich». Imploraba ella un impuesto que también llevan décadas demandando organismos internacionales como Intermón, promotor de una campaña para conseguir un impuesto global sobre la riqueza, que ya se incluye en el programa del actual Gobierno socialista. Dicho impuesto no propone cifras escandalosas: un 1,7 por ciento para los patrimonios entre tres y cinco millones de euros; un 2,1 por ciento para los patrimonios entre cinco y diez millones; y un 3,5 por ciento para aquellos patrimonios superiores a diez millones de euros. Nada especialmente terrible. Y, sin embargo, el sector del lujo, que alimenta los sueños de los que quieren pertenecer a «los ricos» seguía teniendo en 2022 unas expectativas de crecimiento mundiales superiores al 10 por ciento (cifras propias de sectores que nunca pierden, como la banca) según datos de la consultora especializada en estas lides Bain & Company. Los principales consumidores de los productos de este sector no son los ricos, como cabría esperar, sino la clase media, que no deja de menguar en todos los países de economía avanzada.

En las últimas huelgas de Francia celebradas para impedir el aumento de la edad de jubilación en el país, los sindicalistas más radicales asaltaron la sede de LVMH, el gigante del lujo que es propiedad de Louis Vuitton. Ese gigante, al mismo tiempo, sigue haciendo a niñas de todo el mundo, como la hija de Nuria Pajares, llorar por sus bolsos.

Podría parecer una cursilería, pero es algo muy serio.

Alfonso XIII, Lilí Álvarez y los verdaderos antecedentes del imaginario cayetano

¿La vida que llevábamos allí? Siempre en bicicleta. Por las mañanas a la playa, por la tarde, por supuesto, al golf, donde te encontrabas con todos sin tener que quedar con nadie. Entonces estábamos mis amigas y yo solteras, teníamos una enorme pandilla y no parábamos, había fiestas de disfraces y estaba Luis, el camarero del golf, que hacía cócteles y unos bocadillos de queso buenísimos. Yo, cuando quiero dormir bien, siempre pienso en los veranos de Zarauz.

María de las Mercedes Ulloa y Ramírez de Haro, duquesa Viuda de Grimaldi, Clubes históricos de España

Si en el club de tenis de Ponferrada donde yo intenté sin éxito dominar una triste pero muy española raqueta Rox las niñas juegan de blanco, es porque mucho antes que ellas, en tiempos de Alfonso XIII, ya lo hizo en Wimbledon una chica española llamada Lilí Álvarez, la mujer que consiguió consolidar en la mente de los españoles el sofisticado imaginario del tenis. Cuando Lilí fue finalista de este torneo en 1926, 1927 y 1928, Lacoste no era una marca de polos de piqué, sino un señor que competía sobre la misma hierba que ella. Entonces las raquetas eran cachivaches de madera que pesaban un quintal. Seguramente hasta una Rox les hubiese parecido gloria bendita a todos aquellos jugadores que iban a los torneos con mostrencos de madera a rastras. Lilí Álvarez fue la primera tenista española con repercusión internacional y a pesar de que jamás cobró un duro (porque a las mujeres no se les pagaba por competir), fue quien inauguró la muy española y pija tradición de que una estrella del tenis represente el orgullo nacional, cosa que no deja de ser curiosa: en un país de 47 millones de habitantes, los jugadores de tenis federados son en 2023 poco más de cien mil (58.784 en categoría masculina y alrededor de 42.740 en categoría femenina), mientras que hay un millón de inscritos en la Federación Española de Fútbol. Los siguientes deportes con más base son el baloncesto, la caza y... ¡el golf! El tenis ni siquiera aparece entre los diez primeros puestos. Y sin embargo, hay pocas disciplinas que

representen mejor el prestigio de la españolidad y que vehiculen de forma más clara ciertas proyecciones aspiracionales: cuando juega la selección de fútbol, todos los aficionados se igualan en una euforia populachera y proletaria, pero cuando juega una estrella del tenis, ahí todo el mundo se siente parte de un club privado.

Para comprender los orígenes de este españolísimo tic hay que mirar, pues, a Lilí. Esta hija de industriales valencianos se crio entre Roma (donde nació accidentalmente en 1905, porque su madre se había escapado allí una temporada después de divorciarse de un marqués), las montañas alpinas, donde iba a esquiar, y la Costa Azul, donde iba a broncearse. Fue una especie de Zelda Fitzgerald ibérica, rebelde y rara, solo que su marido no la acabó internando en un manicomio: ella, que era muy brava y además en realidad no tenía interés en los hombres, se separó antes de que pudiera hacerlo. Con solo doce años ganó el campeonato de patinaje sobre hielo de Saint Moritz; con diecinueve y mientras practicaba otras disciplinas como el alpinismo o la equitación, ganó el Campeonato de Cataluña de Automovilismo; finalmente, justo cuando estaba a punto de ir a los deportes de invierno de Chamonix como patinadora, se lesionó y probó con la raqueta. Ahí llegaron sus grandes éxitos como estrella española. Los ingleses la apodaron «Te Señorita» y en su estampa se resumía tan bien el zeitgeist de la España que quería ser moderna que se ganó el apoyo real. Alfonso XIII acudió a cada una de sus finales y la primera vez que la vio jugar en directo dijo de ella que era «como un torero». Fue el más taurino de todos los Borbones, Alfonso XIII, pero también el más deportista. Fue él, de hecho, quien estableció el primer vínculo entre la Casa Real española y el Comité Olímpico Internacional y quien inauguró la borbónica costumbre de apoyar los deportes de élite. Junto a su esposa, que conocía bien el ambiente de los country clubs británicos y sabía de los innegables beneficios del networking en estos ambientes, inauguró el Real Club de Regatas de Santander, el Real Club de Polo de Jerez, el Real Club Náutico de Barcelona, el Real Club de Golf de las Palmas, el Real Club de Tenis de Gran Canaria, el Real Club Náutico de San Sebastián, el Real Club de Polo de Barcelona, el Real Club Marítimo del Abra (Getxo), el Real Club de Tenis de Barcelona, la Real Sociedad de Tenis de La Magdalena, la Real Sociedad de Golf de Neguri, el Real Club Náutico de La Coruña, el Real Club de Andalucía «El Aero», el Real Golf de Pedreña y, sobre todo, el Real Club Puerta de Hierro, para el que la familia real cedió los terrenos. En este último era donde

entrenaba Lilí Álvarez, quien causaba sensación cuando aparecía con cardigan de Chanel confeccionados por Coco en persona que compraba en las tiendas de Biarritz. Y a pesar de que aquel rey espigado y coquetuelo, con pinta de Rodolfo Valentino, era capaz de darle a todos sus movimientos un aire internacional y moderno, se las ingeniaba siempre para hacer algo muy español, como, por ejemplo, decir que Lilí Álvarez parecía un torero. Para él había un paralelismo simbólico innegable entre la raqueta y el capote de brega y así se lo hacía saber a su pueblo, que durante un tiempo compró íntegramente el imaginario que él les ofrecía.

Porque ese fue el gran logro del bisabuelo de Juan Carlos I: crear con sus propios gustos sibaritas, ideas castizas y hábitos disfrutones un mundo simbólico de hedonismo que por primera vez se amplificaría en el cine y llegaría a todo el pueblo para que este soñase con poder imitarle. Alfonso XIII no fue solo el primer rey que asistió a una proyección cinematográfica en España: fue el primer monarca español en dar a conocer sus andanzas mediante noticieros proyectados que después emularía Franco con su famoso NODO.

Todo en el imaginario alfonsino trae ecos de las guerras simbólicas que hoy capeamos y que conforman el universo del cayetano, ese tipo de pijo españolista, bon vivant y elegante que ama la Feria, las monterías, las corridas, las bodas con chaqué (en resumen: la tradición) y reclama «sin complejos» el regreso a un pasado más elegante. El cayetano no tiene por qué ser franquista (aunque existan algunos), sino que es más bien cercano en su sensibilidad (aunque no lo sepa) a una época incluso anterior, elegantemente liberal y un tanto monárquica | reaccionaria: la Restauración.

La primera figura esencial para la configuración del imaginario cayetano es el padre de Alfonso XIII, es decir, Alfonso XII, el primer rey español que pasó toda su infancia en internados europeos y que acudió a la academia militar de Sandhurst, la misma donde se formó Harry Windsor, el más pijo de todos los royals. Antes de él la costumbre en España era que los reyes se criasen en la Corte madrileña al calor de una tutela asfixiante y mesetaria en la que las influencias internacionales apenas tenían cabida si no era por asuntos geopolíticos y de guerreo. Sin embargo, Alfonso XII y su madre, Isabel II, andaban todo el día de aquí para allá, viajando por

toda Europa, exiliados por culpa de los pesadísimos revolucionarios liberales que cada dos por tres les expulsaban del país. Eso les dio ocasión de entrar en contacto con un progreso y una modernidad que no conocían los españoles. El primer Alfonso, de hecho, pasó los primeros años de su vida en un palacio en el corazón del París hausmaniano que Napoleón III y Eugenia de Montijo cedieron a Isabel II, que esta acabó comprando gracias al dinero que había robado a los españoles y después sería un hotel, el Majestic, favorito de Proust o Picasso.

Igual que Harry, Alfonso XII fue un rey caprichoso que rentabilizó mucho la pena y el sentimentalismo del pueblo: primero tras la temprana muerte de su primera esposa (al parecer de un aborto), María de las Mercedes, a los dieciocho recién cumplidos. Supuestamente él se quedó con el corazón destrozado mientras España le hacía canciones solidarias («Dónde vas Alfonso XII, dónde vas triste de ti»). Luego cuando él mismo enfermó de tuberculosis, dolencia que le granjeó ciertas simpatías, aunque fuese vox populi que era un putero y un adúltero, incapaz de detener la inexorable pérdida de las colonias ni de poner orden en una España en la que señores con nombres de calles (Sagasta, Cánovas, Serrano, Martínez Campos) pugnaban por hacerse con el poder. Alfonso XII no caía mal del todo porque estaba muy malito. Y precisamente esa tisis que le afligía es la que explica otro de los elementos imprescindibles del imaginario cayetano: el veraneo en el norte. Alfonso XII fue el primer miembro de la Casa Real española en acudir a tomar las aguas de la costa cantábrica con fines terapéuticos, invitado por su amigo y protegido Antonio López, marqués de Comillas, quien para recibirle a él y a su segunda esposa, la austriaca María Cristina, convirtió Comillas en el primer pueblo de España con alumbrado eléctrico.

El artífice más notable de la cayetanía, sin embargo, fue Alfonso XIII, el primer gran campechano de la familia de los tres Borbones campechanos que ha habido: él, don Juan y Juan Carlos I. Alfonso XIII era un rey muy bromista y hay que tener en cuenta que su reinado duró cuarenta y cuatro años (de 1886 a 1931), casi lo mismo que la dictadura de Franco, así que le dio tiempo a hacer muchos chistes.

El que quizá le salió más redondo, sin él saberlo, es el que hizo

cuando en uno de los tours ibéricos que le organizaba el presidente Antonio Maura, le preguntaron por la jornada de ocho horas, que por entonces reivindicaban ya los movimientos obreros (que acabarían consiguiendo representación parlamentaria por primera vez durante su reinado y que le acabarían mandando al guano): «Me encantaría que me la concediesen, pero no sé si mi patrón me la dará». Jaja.

Ser campechano es como ser castizo pero con corona y a Alfonso XIII le gustaba ir de gira por España para darse baños de masas y que la gente de los pueblos le viese en persona. No solo Maura, quien fue presidente de cinco de los Gobiernos de su reinado, le había insistido en ese tipo de tours populistas: su mujer (la segunda Eugenia legendaria de España tras Eugenia de Montijo, Eugenia de Battenberg), que era hermana de la reina Victoria de Inglaterra (y por lo tanto tía tatarabuela de Harry de Windsor), le explicó que en su familia lo hacían así para generar un vínculo poderoso entre la Institución y el pueblo. Esa enseñanza se resumía en un eslogan que también haría suyo Isabel II de Inglaterra más tarde: «One must be seen to be belived» (Uno debe ser visto para ser creído), aunque la otra máxima que hizo grandes a Victoria y a su esposo Alberto, y que su nieta Lilibeth adoptó como suya, fue: «Don't let the light in upon de magic of Monarchy» (No dejes que la luz entre en la magia de la monarquía). Es decir, campechanía sí, pero sin pasarse.

Como cuenta Javier Moreno Luzón en El rey patriota, Alfonso XIII era un furibundo nacionalista español que, tras el desastre de la pérdida de las colonias en 1898, se agarraba a la idea de España con diez eñes. En Cataluña y el País Vasco, donde la Revolución Industrial sí había hecho rica a la gente y creado una incipiente clase media, habían surgido nacionalismos románticos parecidos a los de otras naciones de Europa. Alfonso pensaba que la mejor forma de reparar el magullado orgullo del pueblo y de aplacar las ambiciones «separatistas» de aquellos industriales que hablaban raro era reivindicar un nacionalismo español, centralista, único y además expresar esa reivindicación con un trapo rojigualda. Su estrategia de comunicación fue precursora de la España de los balcones.

El caso es que, siguiendo el ejemplo de los Windsor, Alfonso XIII empezó a hacer unas giras que estaban dominadas por dos constantes: las interacciones sorprendentes y simpáticas del rey con sus súbditos y las

arengas en las que el monarca reivindicaba España, el carácter español, la raza española y all things Spanish, mensajes todos que remachaba con una apabullante presencia de banderas en sus actos públicos.

España debía estar orgullosa de su carácter, su temperamento, su raza, cosas que obsesionaban a Alfonso, un rey muy internacionalmente viajero, característica esta que no le impedía dormir con una rojigualda encima de la cama. Este paroxismo españolista estaba estrechamente relacionado con el dolor por la pérdida de las colonias y el orgullo herido por ya no ser rey de un imperio. Pero para reivindicar de todas formas el cierto control cultural y simbólico que España seguía ejerciendo sobre muchos países de América Latina, se inventó una nación de naciones, «Hispanoamérica», y un sentimiento relacionado con ella, la hispanidad. Para Alfonso XIII, los países latinos en los que ya no mandaba seguían siendo parte de nuestra inconfundible raza (mensaje que hemos visto usar en su argumentario a Isabel Díaz Ayuso en las últimas elecciones autonómicas madrileñas). Y para celebrar esa comunión organizó los fastos del Cuarto Centenario del Descubrimiento de América en Sevilla, que volvería a organizar su nieto Juan Carlos cien años después exactamente en el mismo sitio. El vínculo sentimental de algunos países latinos con el rey Alfonso XIII era sin duda fuerte: en Argentina, donde a principios del siglo xx existió una clase media acomodada, afluente y presumida, él fue todo un referente de elegancia y una especie de prócer protector. Ayudó a poner en pie obras como el teatro Cervantes de Buenos Aires, para el que puso a trabajar a artesanos de Valencia, Tarragona, Ronda, Sevilla, Barcelona y Lucena, con la obsesión de que de aquella forma protegía el idioma castellano (de nuevo vemos aquí concomitancias con el programa españolista de Ayuso y otros liberales).

Aunque la América que le gustaba de verdad a él era la del norte, donde tenía muy buenos contactos: un marchante de arte llamado Archer Milton Huntington le hacía de enlace con el magnate de la prensa William Randolph Hearst, a quien le vendían parte del patrimonio español a muy buen precio para que él se lo llevase a su mansión de California. Muchas de las antigüedades que adornan Xanadú salieron de ahí. A cambio, Huntington le cedió un local muy bueno en Nueva York donde se expusieron las obras del pintor

oficial de la nueva España alfonsina, Joaquín Sorolla, el valenciano que reivindicaba por primera vez en sus óleos al mismo tiempo la belleza del pueblo llano y la de la alta burguesía. Este local formó parte de la última gira estadounidense de Isabel Díaz Ayuso.

El abuelo de Juan Carlos I es un rey muy inspirador para las derechas liberales españolas y los pijos que han emanado de ellas porque, a pesar de sus gustos mundanos y su tendencia a ponerle los cuernos a su mujer sin ton ni son, reivindicaba la buena moral cristiana no solo como postura religiosa, sino como expresión máxima de la españolidad. En los desfiles militares, en las fiestas regionales, patronales y de guardar, en las procesiones, en las romerías, las autoridades siempre encontraban un hueco donde poner los símbolos de la España católica a la vez que la bandera, que de alguna forma se había convertido ya no en emblema de España, sino sobre todo de Alfonso XIII.

Había en él además una vena emprendedora y capitalista que superó incluso a la de Isabel II. De una forma u otra conseguía involucrarse empresarialmente en sus propias aficiones, cosa que es también muy característica del cayetano liberal. Por ejemplo: le pirraban los hoteles de lujo que César Ritz acababa de inventar en Francia para alojar a los nuevos turistas de la clase ociosa, de manera que invirtió en los madrileños Ritz y Palace, donde iba a degustar la alta cocina y la nueva coctelería que también le encantaban. Le apasionaba la velocidad y admiraba profundamente la ingeniería de los Rolls Royce ingleses y, por eso, se convirtió en accionista de su propia fábrica de bólidos, la Hispano-Suiza. Puso de moda como destino vacacional Santander, donde el pueblo le había «regalado» a él y a su esposa el Palacio de la Magdalena (ya sabemos que los regalos del pueblo a las familias de los jefes de Estado siempre son en realidad expolios; véase el caso de la familia Franco y el Pazo de Meirás) y donde también encontró socios para sus negocios.

Su estilo de vida se convirtió en un referente para las clases altas de lo que constituían actividades refinadas y su fondo de armario, de lo que era el buen gusto: el rey y la reina tenían un extraordinario criterio para el ropero, en el que había ecos jazz. Ella se ponía larguísimos collares decó de perlas que le hacían parecer una flapper. Él, trajes de raya

diplomática, un bigote bien cortado y una raya peinada a gomina que le daban un aire de Rodolfo Valentino. Ambos eran enormemente conscientes de su imagen, en un momento en el que ya empezaban a nacer las estrellas del cine mudo y el star system de los estudios de Hollywood. Y rentabilizaron dicha imagen: por un lado Ena protagonizó una campaña publicitaria de la firma de cosmética y jabones Pons (que sería el equivalente a la reina Letizia haciendo anuncios de cremas). Por otro, pusieron en venta el marchamo de la Casa Real española, a la manera de los Royal Warrants británicos, de forma que había hasta latas de sardinillas con la cara del rey enmarcada dentro de una rojigualda.

Las actividades de ocio ostensible de Alfonso XIII eran un calco de lo que hacían los ricos y famosos de las novelas de Scott Fitzgerald. Por ejemplo, uno de sus destinos favoritos era Deauville, la villa francesa sofisticadísima donde dio sus primeros pasos de costurero un señor llamado Christian Dior, a la que iba a jugar timbas a su refinado casino. O qué decir de su debilidad por Lilí Álvarez, la tenista que se ponía faldas pantalón diseñadas por Elsa Schiaparelli para salir a jugar.

Pero incluso cuando a Alfonso le daba por las españoladas más recalcitrantes conseguía envolverlas de un cierto glamour: le volvía loco la caza, deporte regio desde tiempo inmemorial; pero sus salidas al monte se llenaron de elementos novedosos como los abrigos Loden, que todavía hoy son símbolo de distinción conservadora. Fue gracias a las jornadas cinegéticas de Alfonso XIII, que se proyectaban en los informativos cinematográficos o se publicaban en las revistas de sociedad, que se puso de moda la palabra «chalet». Ese nombre, importado de Suiza, que empezó sirviendo para denominar las cabañas donde se refugiaba en sus monterías, acabó usándose para hablar de cualquier segunda vivienda.

El brillo glamuroso de Alfonso XIII, cuyo carisma había generado cierto espejismo de modernidad y bonanza en el pueblo español durante al menos los primeros diez años de su reinado, empezó a palidecer cuando a principios del siglo xx las guerras en el resto de Europa dispararon la inflación de los productos básicos en suelo patrio (alerta déjà vu), mientras que jornaleros y obreros, que seguían trabajando como bestias

por el salario del miedo (segunda alerta déjà vu), se organizaban por fin en protestas que acababan de forma sangrienta (fue el caso de la Semana Trágica de Barcelona). A Alfonso XIII, un rey muy madrileño, le pasaba lo mismo que a Madrid: parecía muy moderno, pero en el fondo no lo era. Nunca comprendió al primer Pablo Iglesias ni sintonizó jamás con el movimiento obrero ni sus reivindicaciones, que aplacó con brutalidad. El fantasma del hambre, que era un mal endémico desde la Edad Media, volvía con fuerza mientras los terratenientes especulaban con las materias primas (que vendían al resto de países de Europa en lugar de a los propios españoles) sin que nadie, ni siquiera el rey, pudiese hacer nada para evitarlo. Prefirió en cambio meterse en una guerra, la del Rif, a la que solo iban pobres (los ricos podían pagar a otros para que fuesen en su lugar). Muchos de los españolitos que habían salido a agitar rojigualdas a las calles cuando el Borbón pasó por su pueblo se dieron cuenta de que las banderas no se comen.

Los años veinte fueron locos para España, pero no por la diversión desaforada, sino porque las revueltas eran frecuentes, cuando no los atentados, como el que asesinó a Eduardo Dato, familiar de uno de los exlíderes más destacados de Vox, Iván Espinosa de Los Monteros. Las calles hervían, las manifestaciones se sucedían. La situación era muy peliaguda y cuando se le fue de las manos por completo, Alfonso XIII la puso en manos de los fascistas, pero disimuladamente, haciendo como que no (tercera alerta déjà vu). Cuando llegó la Segunda República, Lilí Álvarez dejó la raqueta y cogió la pluma: fue corresponsal para el Daily Mail de Londres, diario para el que seguiría escribiendo cuando comenzase la Guerra Civil.

Al final de su reinado, el pueblo estaba verdaderamente cabreado con Alfonso XIII, el rey cayetano. Tuvo que ir al exilio donde, por fin, de hotel de lujo en hotel de lujo, disfrutó de la jornada laboral que más le gustaba: la de cero horas. Él se fue de España, pero su universo aspiracional y simbólico, la piedra de toque del pijo canónico, nunca se ha ido.

Las modernas y la Segunda República:

la invención de las pijas laicas

Como ha leído en uno de esos artículos en los que dicen que la mujer moderna ha de pasar parte de su tiempo en lo alto de un taburete, con los codos en lo alto del mostrador del bar americano,Totó, que presume de modernísima, va al bar todos los días, tiene un mechero y juega a los dados.

«Retratos al minuto de mujeres a la hora», Revista Crónica, primavera de 1934

Solo había un momento en el que mi abuela abría los ojos con más ilusión que al pasar las páginas del ¡Hola! sentada en aquel sillón floreado idéntico al de Isabel Preysler. Era cuando pasaba las páginas de uno de sus tesoros más preciados: un cuaderno formado por unas cuartillas primorosamente cosidas con un lazo granate, cada una encabezada con tipografías virgueras y futuristas, como de película de Fritz Lang, que ella misma había dibujado a plumilla. Lo había hecho siendo una niña en la escuela donde aprendió a leer y escribir, en Ujo, el pueblo de la cuenca asturiana de Mieres donde nació. Huyó de allí a El Bierzo (el lugar donde nací yo dos generaciones más tarde) cuando las cosas se pusieron terriblemente feas tras la revolución de 1934, esa en la que los obreros socialistas de las minas intentaron acabar a sangre y fuego con una vida tan perra que les parecía mejor plan morir en el intento que seguir como estaban.

El nuevo destino de mi abuela también era zona minera. Allí empezó otra andadura distinta junto a mi abuelo, quien en su primera vida había sido socialista y revolucionario, pero en la segunda se deshizo de su pasado para emprender y sacarle partido al negocio del wolframio y el carbón. Se casaron, tuvieron hijos (uno de ellos, mi padre) y se pasaron al lado burgués. Durante la dictadura vivieron una vida urbana, acomodada, a veces hasta lujosa, pero sobre todo desmemoriada, con la que engordaron un

álbum de fotos familiar lleno de vestidos de Pertegaz y estolas de visón como las que poblaban las páginas de las revistas del corazón que tanto le gustaba hojear a mi abuela.

El único recuerdo que ella conservaba de su vida anterior en la cuenca asturiana era ese cuaderno lleno de dibujos futuristas que usaba para decirme una y otra vez lo importante que era aprender a escribir y a leer.

Esa obsesión le venía a mi abuela del prestigio que había alcanzado durante su niñez la educación. La cantinela había empezado a cristalizar ya en el primer republicanismo, es decir, a finales del siglo xix, cuando nació la Institución Libre de Enseñanza, una especie de universidad paralela a la controlada por la Corona y la Iglesia, que defendía la libertad de cátedra y que ejercería una enorme influencia sobre la vida cultural y científica de la España de principios del siglo xx. Pero es que, además, en las cuencas, donde había asociacionismo obrero, las agrupaciones socialistas, comunistas y marxistas, que bullían en todos los pueblos y que convencían a la gente de que el conocimiento era riqueza, habían empezado a avalar el valor de la formación mucho antes de que la Segunda República fuese un proyecto plausible. Al mismo tiempo, las propias empresas mineras creaban escuelas, de educación primaria o de ingeniería, para los hijos de los empleados o para los propios empleados como forma de ofrecerles un futuro. En una de esas aprendió a leer mi abuela. En otra se formó como facultativo de minas mi abuelo.

Cuando se proclamó la Segunda República, España era un país con un 50 por ciento de analfabetismo y la idea de que el único camino hacia la prosperidad era la instrucción de los ciudadanos estaba ya muy consolidada en la izquierda y la derecha. Así que cuando la Constitución de 1931 reconoció el carácter laico, gratuito y obligatorio de la formación, la libertad de cátedra y el derecho al acceso a todos los grados de enseñanza de todos los españoles, instituciones liberales como la Institución Libre de Enseñanza o la Residencia de Estudiantes, que se habían convertido en nodos de sofisticación y finura muy diferentes a los frecuentados por la vieja aristocracia de la Restauración, se vieron asociadas al nuevo orden de forma natural, porque fueron ellos los «consultores» a los que se acudía para liderar los cambios en la

educación. Gregorio Marañón y Ortega y Gasset, los sabios oficiales de aquel tiempo, no eran obreristas ni creían en las masas, pero tampoco lo hacían en la vieja nobleza. La Segunda República ilegalizó los títulos nobiliarios con la bendición de estos intelectuales de moda, mientras ellos, con lenguaje florido, seguían defendiendo la existencia de las élites a las que siempre habían pertenecido. Sobre el suelo que ellos abonaron habían florecido los poetas de vanguardia de la Generación del 27 o las excéntricas pintoras de los ismos, todos ellos conocidos por sus ideas de izquierdas. Juntos fueron la beautiful people de la república y en sus estilos de vida se condensaba el mapa aspiracional de un tiempo donde nuevos valores, como lo femenino y el feminismo, tuvieron un papel novedosísimo.

La Constitución de 1931 fue la primera que reconoció en España la igualdad de sexos y el sufragio universal, es decir, la primera que otorgó el derecho de voto a las mujeres. Esto fue posible a pesar de que en el debate parlamentario que se produjo en las Cortes Constituyentes en torno a este asunto, el principal argumento en contra era que las féminas no tenían suficiente seso como para escapar a la influencia de sus propios maridos, pero sobre todo de la Iglesia, vector inequívoco de ideas conservadoras y antirrepublicanas. Defendieron esta creencia dos personas, ambas de izquierdas, ojo. Un médico gallego, Roberto Novoa Santos, quien acusaba a la mujer de un histerismo genético que le impedía tomar decisiones racionales, y una abogada malagueña, Victoria Kent, quien decía que había que esperar a que las señoras se empapasen del espíritu republicano para que decidieran sobre asuntos públicos. Solo ella ha pasado a la posteridad como la mala de la película, a pesar de que ambos decían en esencia lo mismo. Pero finalmente las mujeres pudieron votar y lo hicieron gracias a que en el debate se impusieron las ideas de otra mujer, Clara Campoamor, quien defendió que «la única manera de madurarse para el ejercicio de la libertad y de hacerla accesible a todos es caminar dentro de ella».

Un año más tarde, en 1932, se aprobó una ley de divorcio avanzadísima que no solo reconocía la capacidad de la mujer para emprender una vida sin la tutela de un marido, sino que encima abogaba por una plena libertad sexual femenina e incorporaba reflexiones de pensadoras tan transgresoras como Hildegart Rodríguez Carballeira, la niña prodigio socialista que defendía la

homosexualidad y los métodos anticonceptivos (y que se haría tristemente célebre porque su madre la asesinaría de treinta y seis puñaladas en 1933, el año en que se torció todo).

Así que el mismo país que hasta hacía cuatro días no había dejado a sus féminas salir solas al baile, ir de compras sin compañía o mostrar los hombros en público, de pronto promovía un modelo de mujer completamente inédito que permitía a las señoras entrar en los teatros, los cines, los bailes, los cafés, las tertulias y los clubes. Era esta una mujer que se parecía mucho a la que había poblado las revistas de moda estadounidenses en los años veinte y a la que en esa época solo habían podido imitar privilegiadas como la tenista Lilí Álvarez. Si en Estados Unidos a la mujer independiente, trabajadora, liberada sexualmente, intelectual, inquieta y fiel seguidora de las modas se la había llamado «flapper», en España se la bautizó como «moderna».

La moderna no solo era la mujer que vivía conforme a los nuevos principios republicanos de libertad y, por lo tanto, tenía formación, sensibilidad artística y buen gusto, es que, además, como trabajaba y tenía ingresos propios, podía permitirse adquirir moda que la economía capitalista iba llevando a las ciudades, donde se alzaban nuevos e imponentes edificios comerciales que supuestamente iban a alojar boutiques e incluso galerías al estilo neoyorquino (el madrileño edificio Carrión, que hoy en día soporta el neón de Schweppes, fue este tipo de proyecto).

Si durante la Restauración las protagonistas de la crónica social habían sido las damas de la alta sociedad, con la abolición de los títulos nobiliarios, las modernas, que según parecía pagaban sus caprichos de sus propias carteras, eran las reinas de las revistas ilustradas de corte liberal que proliferaron en el lustro republicano (ese durante el cual la alta burguesía conservadora, que seguía dominando parte de las estructuras de poder, disfrutó como la que más del laxo modelo moral que le proponían los socialistas, mientras tejía las redes para derribarlos).

Dos de estas revistas, Crónica y Estampa, llegaron a tener enormes tiradas y conseguían a veces aterrizar en provincias, donde la decencia había sido norma sagrada, para que los respetables terratenientes (que vivían eternamente enojados por la famosa reforma agraria republicana,

deudora de todas las que habían fracasado con anterioridad y que supuestamente les iba a expropiar sus tierras sin indemnización) se cargaran aún de más razones contra un nuevo orden que promovía el libertinaje. Crónica y Estampa mostraban sin censura fotografías a lo Man Ray de mujeres desinhibidas, a veces hasta incluso desnudas, peinadas como musas de Tamara de Lempicka. También publicaban reportajes sobre la Residencia de Señoritas, donde se alojaban niñas de buena familia de toda España para ir a la universidad en Madrid y que dirigía con amable firmeza María de Maeztu, la hermana de Ramiro, el célebre intelectual que da nombre al instituto más progre de Madrid (y al que fusilaron al comienzo de la Guerra Civil).

En estas publicaciones se vendían como el summum de lo deseable los deportes al aire libre, el ocio hostelero y las pieles bronceadas. Sobre el papel cobraban vida señoras fumadoras, bebedoras y provocativas a las que se les alababa el gusto por los escotes o dinámicas golfistas en shorts que dominaban el green. Se anunciaban ahí desde los sugerentes sostenes de Vestal hasta una fragancia llamada Flor de cocaína, pasando por los combinados sofisticados de Chicote, el bar más chic de España.

No es difícil adivinar que quienes de verdad podían permitirse ser modernas eran las que pertenecían a familias liberales de clases altas con gustos cultivados en el extranjero. Es decir, las modernas de la Segunda República eran necesariamente pijas. Y además, urbanitas. De hecho, sus características, tan específicas, son las que de verdad constituyen la esencia diferencial de «lo pijo» en la Segunda República.

Era esta una forma de entender la buena vida, el ocio y el placer que sacaba de quicio a muchos de los nobles que se exiliaron voluntariamente a Francia cuando cayó Alfonso XIII. Cuenta Miguel Artola en su estudio Los años sin rey. Imaginarios aristocráticos durante la Segunda República que, por ejemplo, el marqués viudo de Camarasa fue el primero en iniciar las críticas: apenas dos días después de la proclamación de la Segunda República publicó un breve pasquín que señalaba como causa última del desastre la aprobación del sufragio universal (masculino) en 1890, por lo que al final había resultado inevitable que «el rebaño» se impusiera al «pastor». El conde de los Villares denunció, por su parte, haber percibido una profunda

degeneración moral de la sociedad española cuando en una visita a la universidad había comprobado que entre las estudiantes había alguna que otra señorita que «escuchaba con delectación los piropos de sus compañeros». Al conde le enfadaba mucho que entre ciertas «clases altas» se hubiese situado el dinero por encima del honor. Por su parte, el duque de Alba, que se había instalado en Londres, se encargaba de minar la reputación de la república hablándole al oído a un señor muy poco izquierdista llamado Winston Churchill.

Tampoco es difícil intuir que solo existieron modernas en dos lugares: en los barrios bien de las grandes ciudades y en la fantasía de las muchachas de las clases populares que devoraban las nuevas revistas cuando caían en sus manos. Las creadoras de esa fantasía eran un ejército de ilustradoras, mujeres también, que, sin distinción ideológica, se dejaron influir por las corrientes plásticas avant garde para generar un imaginario aspiracional radicalmente diferente al de los tiempos de Alfonso XIII. La revista Blanco y Negro llegó a contar con una plantilla de ciento cincuenta ilustradoras que dibujaban auténticos prodigios. Y eso que el fundador de Blanco y Negro, Torcuato Luca de Tena, era todo menos republicano. Las modernas eran en realidad la proyección de una guerra cultural (en 1933 había solo un millón de mujeres activas, frente a los más de siete millones de varones activos), un imaginario ficticio que representaba unos deseos de transformación que se acabaron quedando en nada porque las fuerzas conservadoras (financiadas en muchos casos por los nobles exiliados) saboteaban las reformas progresistas y sacaban rédito electoral de sus fracasos. La mayor parte de las reformas gubernamentales en materia laboral promovidas desde el ministerio de Trabajo por Largo Caballero, entre las que se incluía el derecho a las vacaciones pagadas, eran incumplidas por los propietarios, sobre todo en el medio rural, con la ayuda de la Guardia Civil y los gobernadores civiles que saboteaban salvajemente las negociaciones colectivas.

Más allá de los ensanches más ricos de las capitales con clases medias y altas consolidadas (Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao), España no había dejado de ser un país eminentemente agrícola en el que tres tercios de la tierra seguía estando en manos de terratenientes a los que, en realidad, y pese al proyecto que se había anunciado en 1931, a la altura de 1933 aún no se les había aplicado una política de expropiación seria para repartir las tierras entre los

jornaleros. Esto encabronó mucho a la gente del campo, cuyo divorcio con las aspiraciones burguesas urbanitas (ergo, pijas) era absoluto. Durante los primeros años republicanos los pueblerinos habían recibido con alegría la visita de las misiones pedagógicas, que les regalaron bibliotecas, les pusieron música clásica o representaron para ellos obras de teatro (García Lorca estaba en el elenco). Pero eso no daba de comer y el brutal desencanto de la España rural encontró en el levantamiento de los campesinos de Casas Viejas contra el cuartel de la Guardia Civil ese mismo año de 1933 el símbolo total del fracaso del Gobierno republicano-socialista, responsable último de los veintiocho campesinos que murieron en ese pueblo de Cádiz. Las fuerzas del orden reprimieron a la turba enfurecida por el hambre a tiro limpio. Y así, la derecha ganó esas elecciones, las primeras en las que, efectivamente, votaron mujeres.

El sector industrial, por su parte, no consiguió salir de una crisis que había comenzado con la Primera Guerra Mundial. El paro en los tres primeros años del lustro republicano que había comenzado en 1931, el que supuestamente iba a cambiarlo todo, no dejó de crecer en todo el país. En las zonas mineras, los abusos de los patronos seguían siendo enormes y las estrategias de las oligarquías locales manejadas desde Madrid por consejos de administración llenos de antiguos nobles impedían que triunfaran los derechos laborales. De esa forma se fue erosionando la fe en el modelo democrático de la Constitución de 1931 entre los trabajadores de la minería de Asturias, hasta que en 1934 se les acabó la paciencia y planearon asaltar la ciudad que consideraban el origen de todos sus males y en la que la mayoría jamás había estado. Su Moscú. Oviedo. Entre aquellos sublevados estaba mi abuelo. A él, como a todos sus compañeros, no le interesaban lo más mínimo las revistas ilustradas. Su fuerte eran los pasquines y boletines marxistas revolucionarios. En cambio, la indignante alegría que respiraban aquellas publicaciones pecaminosas, el intolerable sentido del humor que destilaban sus páginas, la insoportable vitalidad y libertad que transmitían las modernas republicanas que poblaban estas revistas sí les interesaron, más bien obsesionaron, a los fascistas, que muy pronto se encargaron de que dejaran de existir. El sofisticado imaginario aspiracional de la Segunda República y todos sus símbolos culturales siguen siendo hoy orgullo de la

izquierda caviar, la bestia negra a la que la ultraderecha tilda de pija en cuanto puede.

En la revolución de Asturias, un preámbulo de la carnicería que después fue la Guerra Civil, murieron dos mil personas. Muchas de ellas por la brutal represión de un Ejército que estaba ya totalmente fuera del control republicano. Aunque no se cuente muy a menudo y tengan mejor y más reputación otros cronistas como Manuel Chaves Nogales o Josep Pla, los abusos de aquella revuelta sanguinaria los denunciaron, entre otras personas, Concepción Arenal, quien fue personalmente a recoger testimonios a las cuencas. Esto último lo sé porque le he hecho caso a mi abuela y nunca he dejado de leer.

Parte dos: Quiero

donde se explica qué fue la red clientelar de franco (aka la pacoaristocracia), cómo el desarrollismo franquista modeló las aspiraciones de las clases populares hacia el ascenso social, por qué los yeyés son directos precursores de los primeros jóvenes de la historia de españa a los que se llamó pijos (los de los ochenta de los hombres g) y de qué manera la socialdemocracia creó el marco de bienestar, seguridad y prosperidad económica que legitimó a las clases medias para querer parecerse lo más posible a las altas (con nuestra señora de preysler y su hija, tamara falcó, como representantes transversales).

Franco y los pacoaristócratas

Mi vida de adolescente era tan deliciosa que casi me da vergüenza contarla. Desayunaba en la cama, a una hora no demasiado temprana

y después del baño se suponía que estudiaba un poco. Después, la gimnasia con Bartrina y aún me quedaba tiempo para bajar a la Castellana y pasear con mis amigos y amigas, arriba y abajo o dando vueltas en coche. Después de almorzar en familia, me iba en

el Citroën al golf con mis dos hermanas. Después de la partida de golf, vuelta a casa a merendar. A estas meriendas venían algunos amigos casi fijos y nos íbamos a pasear o al cine, generalmente pandilla de chicos solos, aunque luego nos solíamos encontrar con las

niñas. Vuelta a casa a jugar una partida de dominó y cena solos o en familia a eso de las diez y media de la noche y de nuevo a la cama.

En cuerpo y alma, memorias de Luis Escobar Kirkpatrick, marqués de las Marismas del Guadalquivir

La primera vez que estuve en casa de una aristócrata, en concreto en la de una condesa octogenaria, la estampa que me encontré era exactamente la que mi imaginación había anticipado: al pie del talud sobre el que se elevaba la construcción había una puertecita verde encajada en un arco de medio punto que se abría tras pulsar un timbre. En lo alto de las angostas escaleras me esperaba un señor patéticamente aliñado como algo parecido a un mayordomo. Se notaba que no estaba cómodo dentro de aquel disfraz. Él me condujo al interior de aquella casa con discreta torre cubierta de hiedra y piscina lateral con forma de riñón. El suelo me pareció mullido en todas las estancias, donde el tiempo había desdibujado las flores de una moqueta devoradora de polvo. Tras una boiserie, la condesa me esperaba sentada en una sala donde había jarrones chinos sobre mesas consola cubiertas de pan de oro. Me bastó la conversación que tuvimos para romper el hielo para comprender perfectamente cómo funcionó la red clientelar que hizo a la

pacoaristocracia.

La condesa, que hablaba con voz renqueante debido a un enfisema que, según me explicó, se debía a que había fumado toda su vida, recuperaba en cambio plena capacidad pulmonar para hablarle a grito pelado y de muy malas maneras a su mayordomo y a su asistente personal, una jovencita con acento venezolano que, como comprendí luego, se ocupaba de sus cuentas. En los primeros minutos de nuestro encuentro me preguntó mis dos apellidos e insistió mucho en encontrar conocidos comunes, allegados, vínculos. Cuando por fin halló en el IBM implacable que era su cerebro a unos Peláez que habían sido industriales en Bilbao, me preguntó, convencida de que sabría de qué me hablaba, si eran mis abuelos.

Este mismo «y tú de quién eres» de altos vuelos me lo encontré dos años después cuando, en el mismo papel, es decir, periodista de Vanity Fair, fui a visitar a su castillo del Loira a Monsieur Givenchy, el legendario couturier que vistió a Audrey Hepburn y toda la alta sociedad europea en los años cincuenta, esta condesa incluida. Él también conocía a aquellos Peláez. A ambos les dije que sí, que aquellas eran mis raíces. Mis abuelos, sin embargo, no fueron industriales ni de Bilbao. Sí trabajaron para la empresa minera que monopolizó el empleo durante décadas en una región, El Bierzo, a la que se llamó la «nueva Vizcaya», por las esperanzas que a principios del siglo xx hubo puestas en su potencial siderúrgico. Así que yo creí interesarles diciendo una media verdad y ellos, gracias a esa mentira piadosa, me consideraron digna de una palabra suya.

Aline de Romanones, de soltera Aline Griffith, llegó a España desde Estados Unidos en 1944, cuando aún era una veinteañera. Oficialmente vino a trabajar en la delegación de una empresa petrolífera. Aquella muchacha que se había criado en el seno de una familia de clase media (en un país donde a principios del siglo xx esa clase social ya era algo muy parecido a lo que en la actualidad entendemos por clase media en España) era en realidad una espía de la agencia antecesora de la CIA, la Office of Secret Services (OSS). Ella aterrizó en nuestro país para proporcionar información a los Aliados. Este pequeño detalle de su biografía no lo hizo público hasta 1987, año en el que sacó un libro titulado La espía que vestía de rojo, que se convirtió en best seller del

New York Times y en el que revelaba que su misión al llegar era mezclarse con la gente bien en el único hotel de lujo cuyo bar seguía funcionando en plena posguerra, el del Palace, para enterarse de los movimientos de los alemanes en un país que era neutral pero clave para la evolución de la Segunda Guerra Mundial. Aline, pues, que ante todo había sido entrenada para escuchar atentamente y sonsacar información, estaba muy acostumbrada a crear mapas mentales donde ubicaba a cada persona en función de su posición social. Yo le dije que era de Ponferrada y a ella se le encendieron los ojos. Aún me gusta fantasear con que mis orígenes resultasen inmediatamente de su interés porque sabía muy bien lo que se había cocido en mi insignificante ciudad cuando ella llegó a un país, este, cuya desgarradora pobreza, de niños harapientos y mujeres lavanderas, tan bien había descrito en su primer libro. Una miseria que, sin embargo, no rozó a los míos. Porque en la España de posguerra hubo mucha escasez pero también algunas materias primas muy preciadas por los alemanes y los estadounidenses, como por ejemplo el wolframio, que servía para hacer cabezas de misiles que se usaban para bombardear ciudades y cuyas principales minas estaban en... la nueva Vizcaya. Algunas personas se hicieron enormemente ricas allí vendiendo ese mineral a los yankis, que lo compraban a precios estratosféricos para que no llegase a los nazis; pero también lo compraban los nazis, para que no se lo llevaran los yankis. Los tratos con los lugareños los cerraban enlaces, es decir, espías, que se quedaban en los hoteles de la localidad, donde no había los grandes salones alfombrados del Palace, pero sí unas intrigas del todo anormales para una ciudad de provincias.

Ponferrada fue inusualmente próspera en los años del hambre y cuando en otras localidades análogas del país la gente hacía sopa de pescado con piedras de la playa o rebozaba hierbas para crear boquerones vegetales, allí había huertas fértiles y tanto dinero fluyendo de aquella compraventa turbia que, entre 1940 y 1960, Ponferrada fue la ciudad española de mayor crecimiento, más de un 100 por ciento; si en el resto del país aún funcionaban las cartillas de racionamiento, allí a los obreros nunca les faltaban patatas y berzas, mientras la alta burguesía iba al teatro a recibir a Lola Flores.

Lola Flores precisamente fue quien guio a Aline Griffith en sus primeras noches por Madrid, quien la introdujo en los círculos más

selectos en busca de uno de sus objetivos, el diplomático austriaco y agregado de prensa Hanz Lazar. Cumplió con la misión que le fue encomendada desde Estados Unidos (así me lo confirmó Edmond Roch, el director de un celebrado documental sobre uno de los espías más decisivos de la Segunda Guerra Mundial, Garbo), pero al mismo tiempo se las ingenió para convertir su apartamento de la señorial calle Monte Esquinza en un nodo de estraperlo donde las damas con posibles podían conseguir medias de cristal o ese tabaco rubio que a ella tanto le gustaba. En una de esas noches en el Palace conoció al que iba a ser su futuro marido, el hombre gracias al que sería condesa el resto de su vida.

Aline Griffith me ofreció salmón a la plancha, verduras al vapor y dos copas de Marqués de Cáceres. No recuerdo el postre, pero en la sobremesa fuimos al salón principal, que asomaba a la piscina en la que, decía ella, seguía nadando todos los días. Cómodamente sentada en un sofá entre otras muchas fotos me mostró las de su boda con el tercer conde de Romanones. Al primero, el más famoso de los tres, terrateniente absentista con extensiones ingentes de cultivos en Guadalajara y propietario de minas en Córdoba y el Rif, era al que en un principio la familia debía su inmensa fortuna. Romanones fue una de las figuras políticas más importantes de la Restauración, periodo en el que tejió su red de influencias, siempre con el favor de la Corona. María Cristina le hizo conde, Alfonso XIII le nombró Grande de España y cuando llegó la república, él se encargó de negociar con Alcalá Zamora que el Borbón saliese pacíficamente del país. Al conde número 1 la Guerra Civil le pilló tomando las aguas en la aristocrática localidad vasca de Hondarribia, que entonces se llamaba Fuenterrabía (la gente de buena familia sigue llamándola así), de manera que pasó a Francia sin problemas, donde no le rozó ni una bala. Según cuenta Miguel Artola en Los años sin rey, en la guerra murió un diez por ciento del estamento nobiliario y si no hubo más bajas fue porque la contienda empezó en el mes de julio, cuando la mayoría estaba en sus casas de veraneo en el Cantábrico, muy cerca de la frontera. En Biarritz o en Bayona ya les esperaban muchos de los que se habían ido exiliando voluntariamente cuando la Segunda República les arrebató el título y allí vivían en un ambiente conspiratorio pero frívolo en el que, como contó Agustín Foxá en Madrid, de corte a checa, «jugaban un poco a los desterrados. Imitaban a los grandes duques rusos y fingían catástrofes».

Para los que se quedaron en Madrid no debió de ser plato de buen gusto ver cómo las turbas animadas por el Frente Popular se adueñaban de las avenidas señoriales y gritaban cosillas relacionadas con la lucha de clases (sus sentires los cuenta muy bien Eduardo Mendoza en Riña de Gatos) y por eso los hubo como los hermanos Falcó (ya saben, el padre y el tío de Tamara), que huyeron a Sevilla, una de las primeras ciudades en caer en manos de los franquistas y, por tanto, predio facha sinigual.

La capacidad instintiva para la supervivencia y el temple callado de las arañas que caracterizaba a los Romanones (tan propio de los miembros de las grandes sagas, por otro lado) hicieron que el hijo del primer conde (que fue alcalde de Madrid) y el hijo de su hijo (el que se casó con la espía), al terminar la guerra volvieran a España sin problemas, a pesar de que ninguno de ellos había contribuido al Levantamiento, como sí habían hecho otros nobles. Y ese mismo carácter superviviente y escurridizo era el de Aline Griffith, quien se las apañó para ser espía de los Aliados y, a la vez, una de las grandes figuras de la vida social del franquismo más fascista.

Cuando se casó, en 1947, la condesa de Romanones se instaló con su esposo en el recoleto chalet donde me recibió, en El Viso. Cuando yo estuve allí, unos cincuenta años después, aquello ya era una zona residencial en el centro de la ciudad por la que pujaban futbolistas del Real Madrid y el presidente del club, pero en los años cuarenta todavía era el extrarradio. Tras la guerra, muchos miembros de las clases altas comprendieron que eso de vivir en palacetes en el centro de las ciudades como en tiempos de Isabel II ya no era seguro y por eso muchos se mudaron a las afueras. Y de ese deseo de seguridad e intimidad surgió la idea de vivir en una «urba» como símbolo de estatus que después provocaría el éxodo de tantos incautos de clase media desde el centro hacia los PAU (o Programa de Actuación Urbanística, esas zonas residenciales exánimes que brotan sin cesar en los extrarradios para solaz de los aspirantes a jardín y piscina comunitarios).

Los barrios residenciales más exclusivos de Madrid, entre ellos una de las urbanizaciones más famosas de España, La Moraleja, fueron idea de aristócratas. La Moraleja había sido un coto de caza real y su recalificación para que allí se hiciesen chaletazos las grandes fortunas de la capital se produjo gracias a otro conde, el de los

Gaitanes, que decidió venderle los terrenos para que construyese en ellos a Antonio García, un señor que no pasará a la historia por eso, sino por ser el padre de Ana Obregón. El conde los Gaitanes, quien también se exilió durante la guerra (este a Estoril, con el padre de Juan Carlos I) era, casualidades de la vida, presidente del consejo de administración de la empresa más importante de la nueva Vizcaya, la Minero Siderúrgica de Ponferrada.

Al margen de ese diez por ciento de bajas durante la guerra y de las molestas «mudanzas» a las que se vieron forzados los aristócratas, el orden se modificó para ellos a la manera lampedusiana cuando triunfó el Movimiento: todo cambió para que nada cambiara. Ahora el astro rey en torno al que giraban todos los planetas, incluso el habitado por los antiguos miembros de la Casa Real, era Francisco Franco. Y este no tenía simpatía alguna por los integrantes de la vieja clase ociosa, que eran unos vagos por definición, cosa que a él, que tenía en proyecto un regreso al esplendor imperial de España mediante una feroz ética de trabajo impulsada por el Opus, le sacaba de sus casillas. Sabía, además, que pensaban de él lo mismo que antes habían pensado de los políticos republicanos, según contó Agustín de Foxá: «No habían encontrado todavía ese tono ligero, esa espuma maliciosa y cortés que alude a las cosas y las desflora sin entrar en ellas y que constituye la conversación del hombre de mundo».

No le era nuevo este ninguneo. Su suegro, Felipe Polo, un señor de Oviedo que, cuando se enteró de que Paquito andaba detrás de su hija, le definió como un pobre aventurero en busca de una buena dote. Después de la guerra, cuando ya el pretendiente había demostrado tener otras cualidades, el suegro se la envainó sin problema, como hacen todos los señores de fuertes convicciones basadas en la cantidad de dinero que hay sobre la mesa. Pero en una irónica demostración de que ser aceptado por las élites largamente establecidas no se reduce a algo tan simple como tener poder y mando, al nuevo jefe de Estado le costó bastante que le aceptasen en el club, incluso habiendo ganado la guerra. Se produjo una simbiosis de conveniencia.

Franco soportaba los ninguneos de las buenas familias porque le aportaban el dinero que le faltaba: los nobles en el exilio financiaron la

guerra como también lo hicieron muchos empresarios y banqueros, con Juan March como gran ejemplo. A su vez, las buenas familias de toda la vida aceptaban a ese señor tan garrulo porque frenaba «la amenaza comunista» (terminología que en el siglo xxi para algunos sigue perfectamente vigente). Para tenerlos bajo control, el caudillo, que no era Einstein pero no tenía un pelo de tonto, se apropió de la llave de entrada al paraíso del abolengo: a partir de ahora él y solo él sería quien expediría los títulos nobiliarios. Y esta no era una capacidad pequeña. Los títulos eran un sistema de recompensa muy goloso porque aún comportaban algunos privilegios heredados de los siglos anteriores: pasaporte diplomático (que permitía viajar con total libertad por una Europa en la que aún no existía el espacio Schengen), acceso privilegiado a ciertos círculos empresariales, invitaciones a una vida social de alto copete, pero, sobre todo y ante todo, una actitud muy relajada ante el fisco. Franco sometió el sistema de recaudación tributaria a una profunda reforma a finales de los años cincuenta, pero ni por esas era fácil hacer a las viejas dinastías aportar a las arcas del Estado. La desenfadada actitud de estas ante el fisco se retrata de forma magistral en la segunda parte de La escopeta nacional de Berlanga, Patrimonio Nacional, cuando unos funcionarios de Hacienda del primer Gobierno socialista visitan al marqués de Leguineche en su palacio y él y su hijo (encarnado por José Luis López Vázquez) les explican, con total naturalidad, que ellos dejaron de pagar impuestos en el año 1931.

De todas esas ventajas asociadas al título se aprovechó Aline Griffith cuando, al casarse, pasó a formar parte de una dinastía que tenía una pierna hundida en las redes clientelares de las viejas oligarquías (y que aún mostraba cierta lealtad al hijo de Alfonso XIII exiliado, don Juan) pero que tenía otra pata hasta el fondo en las estructuras de poder del franquismo. Siendo estadounidense y sabiendo que el Régimen hacía la vista gorda ante la relajación moral de las buenas familias dispuestas a cooperar, la casa de la condesa de Romanones se convirtió en una especie de embajada para el jolgorio internacional. Y allí, atraídos por el exotismo de la nobleza, recalaron todas las estrellas estadounidenses que venían a rodar cine péplum a un país donde la gente comía gatos y ratas. Aline de Romanones me contó que, en aquel mismo salón donde ahora mirábamos fotos, ella recibió noche tras noche a Frank Sinatra o a Ava Gardner (quien era su vecina, pues vivía en la calle Doctor Arce), quienes, con ella como bisagra, se hicieron amigos de

Lola Flores, de Luis Miguel Dominguín y de lo más granado de la farándula. Se podían contemplar en las veladas en aquella casa prodigios de costura inaccesibles incluso para las españolas más ricas y joyas de esas que ameritan subastas millonarias. A menudo, entre los invitados que animaban el cotarro estaba Luis Escobar, marqués de las Marismas en la vida real y de lo que tocara en el cine español, porque él dirigió el Teatro Nacional de Falange primero y, después, también el María Guerrero, donde aprovechando la estulticia de algunos censores programó obras de Fiódor Dostoievski, Noël Coward o Tomas S. Eliot. No duró mucho en el puesto porque el público burgués se quejó de que no entendía nada.

Algunas noches iban todos al restaurante Chicote, donde les ponían old scotch y también algunas cosillas que todavía no formaban parte consustancial de la diversión nocturna de las clases altas. Rondando por Chicote andaba siempre el fino señorito del barrio de Salamanca José María Manuel Pablo de la Cruz Jarabo (sobrino del que entonces era presidente del Tribunal Supremo y luego fue ministro de Justicia), quien se ganaba la vida traficando con un polvillo que en España salía clandestina y excepcionalmente de las fábricas farmacéuticas. A Frank y a Ava les gustaba muchísimo y además tenían el dinero para pagarlo. Como ha contado el historiador Juan Carlos Usó, la sustancia se vendía a precio de oro. «En 1947 un kilo de cocaína podía costar unas sesenta mil pesetas en el mercado negro, mientras el sueldo anual de un policía era de 11.900 pesetas y el de un agente pericial de Aduanas de 7.200 pesetas.»

La condesa y sus amigos empezaron a ser personajes habituales en las revistas de crónica social que habían dejado de publicarse y que retomaron su actividad a mediados de los años cuarenta. No era fácil conseguir contenido glamuroso en un país arrasado por la guerra y en el que a los personajes de la órbita del generalísimo les faltaba el mismo brillo que a él. Como si la libertad y la alegría aspiracional que habían caracterizado a las publicaciones frívolas de la Segunda República nunca hubiesen ocurrido, la panoplia de actividades que se reflejaban en sus páginas era muy parecida a la de los años de Alfonso XIII: carreras de balandros que tenían lugar en los clubes deportivos, bodas de familias sin título que habían añadido un «de» a sus apellidos, bailes en los casinos de las zonas

de provincias donde el dinero de las recientes industrias franquistas prometía una nueva prosperidad y, sobre todo, monterías, porque la caza era el pasatiempo favorito del caudillo, quien pensaba que de esa forma le añadía un aura regia a un poder que, en el fondo, él mismo sabía cuestionado por los que habían nacido subidos a un caballo. Uno de los cotos que más le gustaba a Franco era La Moraleja.

Los nobles, que vivían con todo tipo de comodidades (por mucho que a Franco le molestase), fueron haciendo sitio a regañadientes a la nueva pacoaristocracia, que estaba integrada por:

1) Los empresarios que se hacían cargo de las industrias estratégicas de un país bloqueado económicamente por las grandes potencias que defendía una economía autárquica y que dependía de sus propias industrias para salir adelante. Una de estas industrias era, por ejemplo, el carbón que llegaba a Ponferrada desde las cuencas mineras y que movía los trenes de todo el país (que todavía funcionaban a vapor) y generaba electricidad para todas las casas en centrales térmicas.

2) Los dueños de las constructoras que ponían en pie los grandes planes de obras públicas que iban a convertir España en un país autosuficiente y esplendoroso donde se acabaría la miseria del campo gracias, entre otras cosas, a los pantanos que pretendían acabar con la pertinaz sequía y, por tanto, con el hambre endémica. Todas esas obras públicas estaban al cargo de familias que siguen ahí. Las Koplowitz, hoy dueñas de FCC; los Del Pino, dueños de Ferrovial; los Villar Mir, dueños de OHLA, o los Entrecanales, dueños de Acciona.

3) Los procuradores en tribunales que solían además formar parte de consejos de administración de empresas públicas y privadas (donde hay apellidos tan relacionados con el glamour y el poder aún hoy como Cortina, Díez-Alegría, Godó, GómezAcebo, Muñoz Rojas, Garrigues, Martín Villa, Samaranch).

4) Los diplomáticos, que solían formar parte a la vez del grupo anterior, y en cuyos domicilios se celebraban las reuniones más elegantes.

A todos ellos era a los que estaba permitido hacer una liviana ostentación. De todas las publicaciones que amplificaban el nuevo universo aspiracional, la más destacada era una que se empezó a imprimir en Barcelona en 1944 y que desde entonces nunca ha dejado de ser el heraldo de los cambios de estado civil o los variados sacramentos que celebran con pompa las clases altas españolas (de bautizos a funerales). El fundador de la publicación, Antonio Sánchez Junco, en su primer número, la presentaba así:

La vida es bella, el amor lo conquista todo. Esta es una publicación para soñar, para distraer, siempre elegante, siempre de buen gusto, sin peso ni densidad de contenido. La espuma de la vida.

Esa era y sigue siendo la declaración de intenciones de ¡Hola!, una revista que mostraba la vida de los más privilegiados y cuya función era desactivar cualquier posible lectura política de lo que enseñaba. Era, simplemente, la espuma de la vida. Pero la espuma de la vida tenía una forma moral muy concreta. Un editorial del número 2 de la revista rezaba así:

¿No se te ha ocurrido nunca preguntarte por qué razón una mujer por el solo hecho de serlo ocupa en la dialéctica humana una posición privilegiada? Tal superioridad radica únicamente en que la mujer ha sido desde los primeros tiempos la depositaria del tesoro moral. Este es uno de sus grandes oficios y una de sus más sólidas prerrogativas. Esta custodia confiere personalidad, derecho al respeto. Si la mujer llegara a perder algún día la moral no podría sustituirla con nada ni mantenerse en su pedestal un solo día más. Sería igual que los hombres pero sin sus fuerzas.

Aline Griffith, quien aparecía todo el rato en las páginas del ¡Hola! como socialité oficial del Régimen mientras al mismo tiempo era Mata Hari, no se ajustaba en absoluto a aquella definición de feminidad, pero nadie lo sabía. Cuando por fin le contó al mundo en su novela best seller que, como los traficantes de wolframio que vendían a los estadounidenses y a los nazis, había llevado una doble vida, en España ya gobernaba el Partido Socialista. Fue en 1987, el mismo año en que falleció su marido.

El ¡Hola! se hizo eco como si aquello fuese lo más normal del mundo. En plena democracia la revista siguió cumpliendo la misma

función que en sus orígenes: vender glamour y despojarlo de significado político. Durante muchos años (y fruto de un pacto tácito nacido de la Transición) en sus páginas siguieron saliendo los descendientes de la pacoaristrocracia, siempre eludiendo de manera muy elegante sus pasados. Algunas de las nietas de La espía que vistió de rojo siguen saliendo en la prensa rosa. Una, Carla, fue novia de Willy Bárcenas, el famoso líder de Taburete, hijo del extesorero del PP, Luis Bárcenas. La otra, Lulú, se gana la vida como influencer, oficio para el que también son muy importantes los buenos contactos. La familia continúa siendo propietaria de las fincas que hicieron de Romanones un legendario terrateniente durante la Restauración. Aline Griffith ha fallecido ya, pero se aseguró de que toda su prole, como ella, supiese tejer redes.

Polloperas y puestas de largo: los orígenes de la aporofobia española contemporánea

—No sé qué te ha hecho la chica, más que existir. —Pasear por la calle Mayor. —Pues como todas las mujeres de aquí… —¡Cuando son jóvenes! Pasean y luego se casan y se callan. —¿Y si no se casan? —Pues se encierran y no dan la lata. —Eso es verdad. En el último baile del Círculo esa se nos pegó a

mi mujer y a mí y no queráis saber qué nochecita… [risotadas]

Calle Mayor, Juan Antonio Bardem, 1956

El hombre que se ha acabado casando con Tamara Falcó es, como muchos chicos de buena familia sin talento para la ciencia o el I +D, hostelero, porque la hostelería se ha convertido en el siglo xxi en una forma como otra cualquiera de rentabilizar el patrimonio inmobiliario. Y en calidad de hostelero, Iñigo Onieva le dijo no hace mucho a un amigo mío que con el proyecto de ocio nocturno que tenía en mente él quería recuperar el glamour del Madrid de los cuarenta.

No parece que este muchacho fuese consciente de que estaba refiriéndose a un tiempo en el que a las adolescentes madrileñas no les venía la regla del hambre que pasaban y en el que los cabezas de familia tenían que pelearse por la nunca cubierta ración diaria de doscientos gramos de pan, para la que no podían hacer cola, porque al Movimiento le molestaba ver colas de pobres. Nada resultaba más intolerable para la élite del Régimen que un harapiento. Eso lo comprendió muy rápido, de hecho, Aline Griffith: si quería acabar siendo rica, tenía que aparentar serlo.

*Tal vez, cuando alababa el glamour del Madrid de los años cuarenta, el esposo de Tamara se refería al círculo hollywoodiense de la condesa de Romanones, los que iban a buscar las dos cés a Chicote (cócteles y cocaína). O quizá simplemente estaba haciendo una afirmación basada en cierta aporofobia, palabra de raíces griegas (*ἄπορος *significa pobre y* Φόβος*, miedo) acuñada por la filósofa Adela Cortina en Aporofobia, el*

rechazo al pobre. El término daba nombre a un fenómeno social innegable por el que se invisibiliza la miseria de los otros o incluso se disimula la propia. Defendía además la idea de que la xenofobia (palabra de origen griego también, ξένος significa extranjero) no tiene tanto bases étnicas o raciales como económicas y ponía como ejemplo el fabuloso recibimiento que se da a los futbolistas multimillonarios de países empobrecidos cuyas clases bajas llegan a suelo europeo subidas en cayucos. Durante el Régimen hubo también esta clase de racismo selectivo, como demuestra el buen acogimiento que se les dio a los estadounidenses, a los que se recibió con alegría, frente al que se dio, por ejemplo, a los portugueses, a los que se consideraba infraseres.

Franco y el franquismo fueron importantísimos precursores en España de la aporofobia institucionalizada. En la posguerra, los medios de comunicación de masas nacionales (desde el NODO hasta las revistas del corazón) apoyaban la idea de que formar parte de las clases privilegiadas era producto de una suerte de virtud moral: los ricos lo eran porque tenían mejores valores. De ahí el rechazo a los desheredados, a quienes subrepticiamente se culpaba de su desgracia, por subversivos. Esto lo cuenta de un modo fantástico Carmen Martín Gaite en Usos amorosos de la posguerra, donde explica que en los informes internos que manejaba el Movimiento para evaluar la «salud moral» de España y en particular de Madrid y Barcelona (donde había enormes bolsas de pobreza), la palabra «miseria» tenía un retintín vengativo. Las barriadas proletarias donde la gente que ya era humilde en la Segunda República se había quedado sin nada tras la contienda se veían como focos de suciedad, desorden y anarquía, cosas todas que nacían del empeño subversivo de los obreros: estaban así porque eran unos depravados y encima la mayoría de ellos, rojos. Por supuesto, esa gente depravada iba harapienta porque le daba la gana: «La inmoralidad se manifiesta en el propio modo de vestir, pues en general las mujeres llevan trajes extremadamente rotos, que apenas cubren sus carnes. No es raro encontrar mujeres que visten un albornoz o un gabán también rotos», dice uno de los extractos de los informes del Movimiento que Martín Gaite recuperó para su libro.

Así, a la gente que poblaba estas barriadas se la consideraba lumpen insalvable y las zonas donde vivían eran para los habitantes del «cogollito fino» (como llamaría Manuel Longares al barrio de Salamanca en Romanticismo, su obra monumental sobre la alta

sociedad madrileña en los años finales del franquismo) un territorio inhóspito, ignoto, peligroso, que solo visitaban los hombres que iban a por sustancias innombrables o a visitar a mujeres de moral desviada, quienes también vendían sus cuerpos porque eran unas viciosas, no por pura necesidad (en cualquier caso, desde aquí felicito a las que lo hicieran simplemente por vicio). En 1944, en Madrid, Puente de Vallecas, con más de 800.000 vecinos, se declaró zona infranqueable a los ideales urbanos. Y a tomar por saco.

Para las mentes del Régimen y sus asesores de la Iglesia católica solo había una forma de salvar las almas de los descarriados que habían caído en desgracia como castigo a sus propios pecados, y era mediante la caridad, virtud a la que apelan todos los sistemas políticos que no quieren hacerse cargo de lo que debería cubrir el Estado. Ya durante la Restauración la caridad había sido una actividad de prestigio para las grandes damas de buena familia, pero en los años cuarenta y cincuenta se convirtió en toda una cultura (que en el siglo xxi se llama «filantropía» si es individual y crowdfunding si es colectiva).

En los colegios de monjas, las religiosas acogían bajo su manto protector a las niñas más humildes, aunque no tuviesen cómo pagar la manutención o las matrículas. Eso sí, las monjitas se ocupaban de que las alumnas que sí pagaban supiesen quiénes no eran de las suyas, marcándolas con algún tipo de distintivo. La caridad legitimó también la costumbre que ya habían adoptado las familias de la alta burguesía en los siglo xviii y xix de traer a niñas de los pueblos, donde el hambre era negra, para que fuesen sus criadas las veinticuatro horas del día. Eso en las casas donde había posibles. En las que no, la criada era la esposa, quien debía atenerse a los preceptos de la Sección Femenina, el ala de Falange dirigida por Pilar Primo de Rivera, a la que Franco dio el control exclusivo de la formación femenina. El cometido de esta organización era crear buenas patriotas, buenas cristianas y buenas esposas (curiosamente, justo el mismo rol que Estados Unidos reservó para las féminas tras la Segunda Guerra Mundial, cuando se las confinó en sus casas como ángeles del hogar para que los puestos de trabajo remunerados los ocupasen solo los señores). En España no había eufemismos en torno a la posición de las mujeres con respecto a los hombres: tenía que ser, según Primo de Rivera, de subordinación absoluta. Todas estas ideas se remachaban en la revista oficial de la

organización, Medina, donde además de explicarles a las jóvenes españolas cómo debía vestir una señorita, se las adoctrinaba sobre el espanto que era el libre pensamiento en el cerebro femenino, pues «en las mujeres el conocimiento analítico puede alterar las finas arterias de su feminidad». De trabajar fuera de casa mejor ni hablamos. En realidad, para una mujer casi todo era pecado: desde llevar el pelo suelto (en la cabeza de una chica honesta cuantas más horquillas mejor), hasta fumar, beber, depilarse las cejas, no cubrirse los brazos, enseñar la espalda y ponerse pantalones. De hecho, en los textos que explicaban por qué las féminas no podían ponerse esta prenda se leían razonamientos que emparentan directamente con el argumentario que en la actualidad se maneja contra lo trans: si las mujeres se ponían esa prenda masculina, ¿qué iba a ser lo siguiente? ¿Hombres emasculados con faldas y carmín?

Tampoco veían bien los coqueteos con el lujo y la moda los censores del Régimen, entre los que estaba el feroz cardenal Gomá, quien ya durante el primer bienio de la Segunda República había sido azote de las ideas socialistas, pero también de las liberales. En su opinión, dichos devaneos solo podían traer desgracia, como había quedado demostrado en la España isabelina de las cursis. Aunque la debilidad por los trapos, siempre que se diese dentro de los límites del decoro físico (es decir, siempre que los vestidos no mostrasen más de lo necesario), no preocupaba excesivamente, pues era el vestuario fino un vicio exclusivo de las niñas ricas, mientras que las demás solo podían mirar. «Las niñas que tienden a codearse con niñas de clase superior lo hacen con el ingenuo afán de contagiarse de ese halo de brillantez, apellidos y nutridas cuentas corrientes», reza de nuevo un extracto de los informes del Movimiento recogidos por Martín Gaite en su libro donde, sin saberlo, nos está hablando de la emulación pecuniaria.

El impulso de imitación entre clases que mueve la economía liberal era bien difícil en la economía autárquica del primer franquismo, primero por la escasez asociada al bloqueo internacional y segundo porque, dado que las nuevas normas del vestuario femenino impuestas por el franquismo asfixiaban la imaginación, los grandes costureros acababan optando por marcharse a París, como fue el caso de Cristóbal Balenciaga, que atravesó las fronteras cerradas con Francia para convertirse en el único modisto español que perteneció a la legendaria

Chambre Syndicale de la Couture Parisienne. Pero en Barcelona seguían quedando vivas las ascuas del esplendor de la industria textil catalana y por eso fue allí donde resucitó como pudo la moda española: costureros como Pedro Rodríguez, Manuel Pertegaz o Asunción Bastida y boutiques pioneras como El Dique Flotante o Santa Eulalia, donde en otros tiempos habían podido importar las últimas novedades internacionales, siguieron creando atuendos a medida para la alta sociedad y se juntaron en una especie de remedo nacional de la cámara parisina, la llamada Cooperativa de la Alta Costura, de donde también salieron fabulosas creaciones. Ellos hicieron posible que las señoras ricas del franquismo más cerril se pudieran poner en las veladas que organizaban en sus jardines un tipo de vestido que era el último grito, el de cóctel, cuyo largo era lo suficientemente recatado para no ofender, pero lo bastante atrevido como para mostrar las pantorrillas (siempre con medias) y cuyo comedido escote permitía mostrar joyas en el pecho, que podían ser bellas pero no muy ostentosas. No le gustaba nada la ostentación a Franco, cosa que no impidió a su mujer convertirse en el terror de las joyerías de toda España (especialmente las de Madrid). Se cuenta (aunque solo lo haya confirmado el dueño de la joyería Gregory) que cuando pasaba por allí, escondían sus mejores piezas para que ella no insistiese en lo mucho que le gustaba esta o aquella otra y tener que dársela gratis. Recibir un regalo no es robar, bien es cierto, de manera que ella no infringía ningún mandamiento cristiano al insistir con ojitos implorantes en lo muchísimo que le gustaba este collar de esmeraldas o aquel anillo de zafiro.

A la Franca, por esta debilidad, España entera la llamaba La Collares, pero el Régimen seguía condenando el jolgorio que había caracterizado a las clases dominantes en el periodo anterior. La ostentación le parecía pecaminosa y alejada de la virtud, así que había que tener una excusa buena para celebrar una fiesta y ponerse de tiros largos.

Y esta excusa era, como lo había sido para las desclasadas esposas de los indianos con sentimiento de culpa del siglo xix, la beneficencia. Las señoras de bien se ponían estolas de visón, vestidos espectaculares y joyas notables con el argumento de que necesitaban esa elegancia para recaudar dinero para buenas causas. Y a veces esas buenas causas eran orfanatos para niños harapientos llenos de mocos, o instituciones pensadas para otras mujeres

desfavorecidas, a las que había que ayudar, sí, pero sobre todo meter en vereda conforme a los valores nacionalcatólicos. Era esta la función primordial de organizaciones atroces como el Patronato de la Mujer, que para «ayudar» a mujeres descarriadas que se quedaban embarazadas sin haber pasado por el altar (la más horrible de las afrentas a Dios) o por haber practicado la prostitución (afrenta a Dios y a la sociedad) las internaban sin opción de salir y les robaban los niños recién nacidos.

Las niñas de clase superior escapaban a ese terror pero no al de tener que «casarse bien». Y así, exhibían el halo de brillantez del que hablaban los informes del Movimiento en la celebración social más grande de estos años tristes: las puestas de largo. En España este ritual adoptado en el siglo xix alcanzó su máximo apogeo justo cuando en Inglaterra la reina Isabel II, que acababa de casarse con el duque de Edimburgo y de ser coronada en 1953, estaba a punto de abolirlo (lo hizo, de hecho, en 1959) por su espantoso tono clasista.

Era ese tono clasista precisamente lo que más gustaba aquí: a los padres de las damiselas, que podían ser nuevos ricos de la economía autárquica, les daba ocasión de colocarse en un espacio social en el que antes nunca hubiesen podido entrar; a las hijas, les permitía emparentarse con personas que garantizaban un nuevo pedigrí. Las revistas del corazón describían a las muchachas afortunadas con el mismo tono en que loaban, por ejemplo, los beneficios de las cremas y maquillajes de los que hacían promoción. Aquí va un ejemplo recogido de un número de la revista Diagonal, de 1955.

Araceli de Ros Ribas. Pertenece a la casa marquesal de Alella, ha sido presentada recientemente en sociedad. Le gusta montar a caballo, esquiar y cazar. También es una apasionada de la buena música, sintiendo verdadera adoración por Beethoven. Sus innumerables admiradores dan fe de la exquisitez de su trato.

Las puestas de largo se celebraban en Madrid y en Barcelona, pero también en ciudades medianas, donde los nuevos aristogatos de la economía industrial franquista habían creado sus propios universos aspiracionales: o bien se habían adueñado de los viejos casinos, la versión provinciana de los clubes de caballeros, cuyos emblemas solían ser escudos y blasones de resonancias nobles, o bien construyeron

country clubs a imagen y semejanza de los de las costas prestigiosas. El club de tenis de Oviedo, por ejemplo, se incluye en esta categoría: nació en 1950 y sus pistas se estrenaron con la celebración del Campeonato de Tenis de España (en el de Ponferrada, fundado por ingenieros de la minería y empresarios subsidiarios, es en el que intenté yo manejar sin éxito una raqueta Rox). Los de verdadera solera, los que había fundado Alfonso XIII, como el club de tenis de Santander, incorporaron formas de promoción adaptadas a la nueva realidad social española: en este era tradición regalar el carnet de socio a los médicos recién licenciados que entraban a trabajar en el hospital de Valdecilla, porque así los socios incrementaban las posibilidades de que sus hijas casaderas encontrasen buen partido.

Una chica que tuviese la suerte de que una puesta de largo fuera celebrada en su honor no podía ir vestida por cualquier modistilla. Lo mínimo exigible era llevar un vestido de cualquier sastre o sastra que perteneciese a la Cooperativa de la Alta Costura. En Madrid la referencia era Flora Villarreal, con su tienda Dafnis. Pero nada se podía comparar a llevar un Balenciaga, quien, a pesar de haberse instalado en Francia, seguía teniendo dos boutiques en España. Había trampa: los vestidos de Balenciaga aquí los hacía en realidad su mano derecha, la opacada Felisa Irigoyen.

Después de la puesta de largo venía la boda, que por supuesto debía atenerse también a ciertos límites de austeridad para no ofender al Régimen. Así que solo cabe pensar que cuando Cayetana de Alba, la que estaba llamada a ser cabeza de la casa nobiliaria más antigua y prestigiosa de España, se casó en 1947 en Sevilla en lo que el periódico francés Liberation calificó como «la boda más cara del mundo» fue con la deliberada intención del padre de la novia, Jacobo de Alba, de dejar claro que los suyos aún mandaban. Así debía ser, porque hasta la revista Time, que en otro tiempo tanto había mimado a Alfonso XIII, se hizo eco del acontecimiento. El ágape se celebró en Sevilla y costó más de veinte millones de pesetas de la época. Se consumieron setecientos kilos de pescado, cuatrocientos kilos de jamón y se bebieron cinco mil botellas de vino y dos mil de champán. Las niñas pobres de los colegios de monjas que comían puré de patata todos los días gracias a la caridad de las religiosas debieron de alucinar al escuchar hablar de esos manjares. A Cayetana, eso sí, el vestido no se lo hizo Balenciaga.

Él se reservó para la hija del caudillo, quien tampoco se libraba de la obsesión femenina con el matrimonio. Franco estaba al tanto de los ninguneos de la vieja clase ociosa y no iba a tolerar que sus descendientes se casaran con un cualquiera. Así que Carmencita se buscó un novio con ascendencia noble. O mejor dicho, él la buscó a ella. Cristóbal Martínez-Bordiú, marqués de Villaverde, no era exactamente un «galán» ni un «playboy» (y mucho menos un pijo, aún no existía esa palabra); era lo que en ese tiempo se llamaba «pollopera», arquetipo que resumía aquello en lo que solían convertirse los señoritos hijos de nobles antiguos o los descendientes de la pacoaristocracia cuando llegaban a triunfar desde provincias al Madrid del poder de Franco. Cuenta Pilar Eyre en Franco Confidencial que el pollopera conservaba el pelo engominado y el aire soberbio de los capataces que van a caballo entre olivos. MartínezBordiú cambió los olivares por la calle Serrano y el caballo por un Rolls-Royce con el que llegaba a la facultad de Medicina. El cronista Luis Otero describió así al marqués de Villaverde: «Estirado de talla, caballero de fina estampa, gallito engominado, perseverante en valses de mucho postín, galanteador en boîtes de buen tono y mala nota, en las cuales, por experimentado y don Juan, por el esmero y atildamiento, por la postura de la apostura, fácilmente camelaba a las mujeres».

Cameló a Nenuca, el ojito derecho de Paco. Tres años después de la boda de Cayetana de Alba en Sevilla, se casaron en Madrid. Él apareció con el uniforme de caballero de la orden del Santo Sepulcro de Jerusalén, una distinción concedida por el Vaticano. Los Alba tendrían el peso de siete siglos de historia, pero los Franco tenían a la Iglesia. Aunque Cristóbal no respetó jamás el sexto mandamiento, que es una llamada a la fidelidad. Tampoco fue leal a su suegro, quien no le podía ni ver, a pesar de que permitió que su familia pasase a formar parte de la nobleza. La animadversión entre ellos duró hasta los últimos días del Régimen y el «pollopera» hizo a su suegro unas fotos indignas en su lecho de muerte. Casi seguro porque, en el fondo, nunca consideró a los Franco de los suyos.

De las chicas Topolino a los yeyés: los verdaderos primeros pijos españoles

circulando a toda velocidad

Quiero una motocicleta|Que me sirva para correr|Y quiero una camiseta|Que tenga el número 100|Y hacer ¡uuh!|¡Uh, uh!|Poder

llegar a cualquier lugar, oh|Llegar, mirar y regresar.

«La Moto», Los Bravos, 1966

Hay quien recuerda exactamente qué estaba haciendo cuando recibió la noticia de que el coche de Lady Diana se había estampado circulando a 150 kilómetros por hora contra un muro de hormigón en un túnel de París. Conducía el vehículo un chófer que les ayudaba, a ella y a su novio, a huir de los paparazzi que los perseguían tras abandonar juntos el hotel Ritz. Yo lo recuerdo también, aunque el impacto que me provocó esa siniestra noticia no fue comparable al de las otras dos que atormentaron mi febril imaginación infantil. La primera fue el fallecimiento en 1989 de don Alfonso de Borbón y Dampierre, primo del rey Juan Carlos y primer esposo de Carmencita Martínez-Bordiú, hija de Carmen Franco y el Pollopera, quien se lanzó ufano por una aparentemente despejada pista de esquí en un resort de Colorado (Estados Unidos) sin advertir que de lado a lado en su camino alguien había tendido un cable metálico. Le guillotinó la cabeza. Una escena aterradora que es imposible imaginarse sin sonido. Solo un año después me estremeció enterarme de que la lancha que conducía Stéfano Casiraghi, el apuesto y rubio segundo esposo de la bella Carolina de Mónaco, había dado un mal vuelco en el mar cuando intentaba revalidar su título de campeón de motonáutica volando como un albatros a ras del agua. Se desnucó y murió. Su lancha quedó boca abajo durante horas frente a la hermosísima y sinuosa costa de Cap Ferrat, la misma a la que solían ir a broncearse Scott y Zelda Fitzgerald en los años veinte y donde en los setenta la madre de Carolina, Grace Kelly, se precipitó por un barranco de cuarenta metros de altura dentro de un Land Rover que conducía a toda hostia.

Vera Bercovitz, brillantísima periodista, compañera durante casi diez

años en Vanity Fair, solía decir en la redacción que los ricos sufren accidentes mucho más espectaculares que los pobres. No era muy espectacular perecer de gota, abufarrado como un cerdo sedentario y con los dedos de los pies gangrenados, como les pasaba a los reyes más glotones de las cortes de la Edad Moderna. Pero Vera tenía razón en que las clases altas surgidas del orden liberal dedican su tiempo ocioso a deportes o actividades que muchas veces comportan riesgos estrafalarios. No cabe duda de que es más glamuroso estrellarse en el Atlántico de camino a una boda en los Hamptons conduciendo una avioneta Piper Saratoga de tres plazas, como fue el caso de John John Kennedy y su preciosa mujer, Caroline Besette (a nadie le importa quién era el tercer pasajero), que cortarse un dedo con una radial o montando un andamio. A las clases altas del orden liberal, entre las que no hay albañiles, les encanta toda actividad ociosa que conlleve desafiar el tiempo, uno de los capitales de los que disponen en abundancia. Y una de las formas de desafiar el tiempo es la velocidad. A su vez, la velocidad (que nada tiene que ver con la prisa) es sinónimo de estatus.

No es extraño, pues, que cuando en la España de Franco empezó a levantarse el embargo económico, uno de los grandes símbolos de la nueva clase media fuesen las motos y los utilitarios. El coche o la moto representaban la velocidad, que era la ciudad, que a su vez era la libertad. Justo lo que a todo el mundo, pero especialmente a los que no eran ricos, les faltaba.

A Andrea, una madrileña de familia acomodada que se mudó a la casa de unos tíos burgueses venidos a menos en Barcelona en plena posguerra para algo tan improbable en una muchacha de su tiempo como estudiar Derecho, la cosa del mundo que más le gustaba era escaparse a las playas de la Costa Brava en el deportivo de Jaime y Ena, dos chicos de clase alta que no tenían por qué privarse de ningún placer. Nada, la novela de Carmen Laforet que cuenta la historia de Andrea, se publicó en 1945 y no solo fue acogida con entusiasmo por los señores de los círculos literarios más prestigiosos (que le dieron el premio Nadal), sino que la censura no le puso ni un reparo porque la consideró una «novela morbosa de tipos bajos sin fin moral». La policía del pensamiento del Régimen no vio peligro en los anhelos silenciosos de aquella chica atormentada y, sin embargo, Andrea es posiblemente uno de los dos personajes de la literatura española que mejor representan los conflictos de clase

del primer franquismo aporófobo y el quiero y no puedo que caracterizó a su generación: quiero saber que voy a comer los nutrientes esenciales todos los días pero no puedo, quiero un armario lleno de vestidos primorosos pero no puedo, quiero una casa de veraneo en la costa pero no puedo, quiero un deportivo para llegar a esa casa los fines de semana pero no puedo. Ese sentimiento envenenó el alma de miles de jóvenes en los años del Auxilio Social y la Sección Femenina.

El otro personaje se llama Manolo Reyes. Lo creó Juan Marsé para Últimas tardes con Teresa, una novela escrita veinte años después de Nada, que, sin embargo, está ambientada en una Barcelona muy próxima a la de Andrea, la de los años cincuenta. La protagoniza un chico igualmente desclasado, cuya familia había viajado a la ciudad desde el campo para instalarse en un poblado chabolista. Reyes, un charnego que creció pegado a las faldas de su madre, la criada de un marqués terrateniente andaluz, nunca pudo dejar de soñar con la buena vida que observó entre los señores a los que servía su madre en aquella casa de su niñez. Por eso, llevado por la secreta ambición de subir de clase, se cuela una noche de San Juan en un palacete en el barrio alto de Sant Gervasi, donde bailan chicas con faldas lápiz y sujetadores picudos y chicos con jerséis atados al cuello. Manolo se liga a la criada, a la que después usa para entrarle a la hija de los señores, quien le sigue el juego, porque le encuentra exótico, hasta que se cansa de él. Su creador le bautizó, en un momento en el que aún no se usaba la palabra pijo, como Pijoaparte. Aquella noche de San Juan, Pijoaparte fue desde el paupérrimo barrio chabolista del Carmel, donde vivía, hasta el barrio de Sant Gervasi en una moto robada.

En las aspiraciones de Andrea y Manolo late ese tipo de envidia hacia el bienestar y disfrute ajeno que da lugar a la emulación pecuniaria. Y sobre ese sentimiento se construyó la primera verdadera clase media consumidora española, que no es la de las novelas de Galdós, sino la del franquismo.

La velocidad | libertad que representaban aquellos vehículos motorizados de Jaime y Ena en Últimas tardes con Teresa y Nada eran las mismas de las que presumían las hijas de los estraperlistas cuando conducían sus Fiat Topolino a finales de los años cuarenta en el centro de las dos grandes urbes (Madrid y Barcelona), donde después se

paseaban con vestidos de cintura de avispa inspirados en el parisino new look de Dior, pero hechos por sastres españoles. Como cuenta Carmen Martín Gaite en Usos amorosos de la posguerra, a aquellas muchachas, que fueron prepijas del franquismo autárquico, se las llamó «chicas Topolino». Eran la sensación no solo porque no se ajustasen del todo a los requerimientos morales femeninos impuestos por el Régimen, sino porque tomaban su mote de un bien, el automóvil, que como cuenta Miguel Artola en su ensayo El fin de la clase ociosa, en España fue un auténtico lujo hasta bien entrados los años cincuenta.

En 1936, antes del inicio de la Guerra Civil, cuando Ford ya fabricaba en Estados Unidos 1.800.000 unidades al año de su modelo T para la clase trabajadora, por las calles de Madrid todavía circulaban casi 230 coches de caballos que pertenecían solo a la aristocracia y que respondían a una idiosincrasia propia muy particular. Existía la costumbre de que estas calesas, también llamadas landós, llevasen un distintivo de color que permitiera conocer a los propietarios: por ejemplo, el amarillo era para los coches de caballos de los Alba. De esta forma, solo a los aristócratas les preocupó durante la primera mitad del siglo xx el precario estado de la red nacional de carreteras a la que Alfonso XIII había dado buen uso con su bólido Hispano Suiza. Y por eso fueron los aristócratas los que crearon un club, el Real Automóvil Club de España (el RACE), que durante muchos años presidió Carlos Falcó, marqués de Griñón y padre de una de las conductoras más temerarias de España, Tamara Falcó, quien se ganó ese título cuando estrelló su coche contra un escaparate. Ella, a diferencia de Stéfano Casiraghi o Grace Kelly, sigue viva.

Pero hasta para las mejores familias, moverse en coche por la España «de provincias», como se llamaba en aquel régimen centralista a todo lo que no fuese Madrid, era un verdadero infierno, pues las rutas asfaltadas, ya de por sí escasas, habían quedado como terreno arado tras la guerra. Para la poca gente que podía conducir en los cuarenta y cincuenta era una odisea llegar a los pueblos, donde seguía malviviendo la mayor parte de la población, y tener un accidente en aquellas carreteras inhóspitas no era espectacular ni glamuroso, como demostró Juan Antonio Bardem en Muerte de un ciclista.

Acabar con la miseria del campo y su divorcio con la civilización

urbana era una de las grandes promesas del franquismo, pero igual que pecaron de optimistas con la reforma agraria los políticos de izquierdas de la Segunda República, el fascismo falló estrepitosamente en su empeño de «salvar» España. Como cuenta Lino Camprubí en Los ingenieros de Franco, los técnicos del Régimen pensaron que ya sin nadie que llevase la contraria por medios democráticos y parlamentarios, podían poner en marcha todos los proyectos que ideasen los tecnócratas (aunque muchos de ellos hubieran sido en realidad idea de sus predecesores). Entre ellos estaba la puesta en marcha de un plan hidrográfico (en muchos aspectos inspirado en propuestas republicanas) que conseguiría acabar con la pertinaz sequía y, por lo tanto, el hambre endémica desaparecería. Este plan pasaba por la construcción de pantanos y, al lado de cada uno de ellos, poblados | falansterio de ciencia ficción, que serían habitados por ejemplares colonos con experiencia en el cultivo de la tierra pero reeducados conforme a la nueva ética católica del trabajo defendida por el Opus, a cuyas filas pertenecían algunos de los mejores ingenieros del país. La idea era «regalarle» a los colonos una parte de esas tierras interviniendo en la propiedad, como habían hecho los republicanos, pero con una política de expropiaciones muy ventajosa para los terratenientes, que podían ofrecer al Estado las tierras de las que querían deshacerse. Y lo que estos cedían al Estado eran las tierras de secano, por cuyas indemnizaciones se metían una buena pasta en el bolsillo mientras al mismo tiempo se quedaban los regadíos (cuyo verdor había mejorado precisamente gracias a los pantanos), donde no ponían los medios para mejorar la producción ni los salarios porque no les salía a cuenta. Los señoritos que habían caracterizado la España del xix siguieron existiendo sin apenas modificaciones en sus costumbres despóticas, como deja patente la célebre novela de Miguel Delibes, Los santos inocentes, ambientada a finales de los años cincuenta.

No obstante, fue la apertura a la inversión industrial extranjera, cuando la comunidad internacional levantó a Franco su embargo económico en 1959, lo que propició el nacimiento de un capitalismo nacionalcatólico al que se llamó «desarrollismo» y que se caracterizó por la explosión de la construcción y el turismo como sectores estratégicos (y así hasta hoy). El Banco Mundial le concedió en ese momento a España un crédito para poner en marcha un Plan General de Carreteras que era urgente, para que españoles y mercancías pudiesen moverse por dentro de la

península. Y el movimiento fue esencialmente del campo a la ciudad. El desarrollismo, en efecto, dio una nueva oportunidad a nueve millones de personas que protagonizaron el éxodo rural más bestia de la historia de España. De nuevo, según datos de Emmanuel Rodríguez, entre 1950 y 1973, Madrid y Barcelona pasaron de ser ciudades con algo más de un millón de habitantes en la posguerra a convertirse en dos grandes regiones metropolitanas con una población de más de 4,5 millones cada una. Fue ese fracaso de la transformación del campo el que propició un giro radical en la composición interna de la población activa: en 1940 trabajaban en el sector agrícola algo más del 50 por ciento de los ocupados del país; en 1976 estos no llegaban al 22 por ciento, mientras la industria y la construcción ocupaban a un 37 por ciento y los servicios al 41 por ciento restante. Es decir, España dejó de ser un país de boinas y azadas para pasar a ser uno de cascos, llanas o bandejas y pajaritas, casi sin Revolución Industrial de por medio gracias a Franco, por mucho que les duela a los que ahora promueven tractoradas y usan contra Pedro Sánchez y la Unión Europea la retórica de la arcadia feliz rural que supuestamente fue la España del caudillo. Esa gente que se mudó a las ciudades en el momento en el que Franco empezó a coquetear con la economía liberal fue la que pudo ahorrar para sucumbir a la publicidad que empezaba a bombardearla con sus cantos de sirena y comprar muebles, electrodomésticos y ropa para por fin entrar en el juego de la emulación pecuniaria que da lugar a lo pijo.

Como cuenta Emmanuel Rodríguez en El efecto clase media, España se incorporó a partir de la apertura a las corrientes keynesianas que recorrían el mundo. Lo hizo, claro, de una manera muy particular: los movimientos obreros, que en países como Reino Unido se habían transformado en un laborismo moderado, en España se reprimían con mano durísima mientras las concesiones para fabricar nuevos bienes de consumo se daban a dedo a familias de aristócratas o empresarios fieles al régimen. A mediados de los años cincuenta, Eduardo Barreiros comenzó a fabricar camiones. En 1957 se empezaron a montar en cadena los primeros utilitarios populares, los rechonchos 600, que producía SEAT, empresa perteneciente al Estado. Estos cochecitos para obreros espantaban a los automovilistas de rancio abolengo. Ellos compraban solo coches de firmas internacionales y además se dedicaban al coleccionismo de deportivos, que adquirían en diferentes colores, para

no abandonar la tradición cromática de los viejos coches de caballos. Si acaso eran sus hijos los que usaban los nuevos vehículos populares y se hacían con alguna de esas Vespas que llegaron a España gracias a la mediación del ministro Juan Lladó (aunque quien se dedicó a hacer negocios más bien turbios con ellas fuese el pollopera Martínez-Bordiú).

El Régimen, mientras tanto, sabía que había que estimular el consumo entre las crecientes clases medias pero con cierto orden. Para eso se valió del cine y dio alas a dos jóvenes estrellas femeninas, Marisol y Rocío Dúrcal, sobre las que se proyectaban los anhelos de todas las Andreas desclasadas del país. En sus películas, se indicaba a las mujeres a qué cosas estaba permitido aspirar. Solían ambas hacer el papel de humildes chicas de clase baja con extraordinarias dotes cantoras que consiguen progresar socialmente por algún giro del destino. Esto se ve a la perfección, por ejemplo, en Marisol rumbo a Río, película que es una copia revisada por la censura de Tú a Boston y yo a California. La protagonista tiene una hermana gemela a la que no ve desde hace quince años que vive en Brasil con un tío rico. Ella, mientras, reside con su madre en una casa que se parece mucho a esas infraviviendas que el Instituto Nacional de Vivienda construyó en los barrios de aluvión para sustituir los poblados chabolistas de los desplazados del campo y que convirtieron a España en un país de propietarios. Marisol y su madre venden los muebles de su infrapiso y compran un billete a Brasil (¡el Régimen animando a viajar fuera de las fronteras españolas!), a donde van en busca de la hermana. El periplo hacia la tierra carioca lo hacen en un crucero, en cuya cubierta la niña cantora performa bailes salerosos con vestidos de ensueño. Uno de ellos, blanco y con cuadros vichy rojos, que ha hecho soñar a varias generaciones de españolas, no era obra de un modisto autóctono, sino un auténtico Christian Dior (¡el Régimen promocionando a couturiers internacionales!). Cuando llegan a su destino, se enteran de que son herederas de una inmensa fortuna que los malvados asistentes del tío intentan arrebatarles. Pero al final prevalece el bien. Así que cuando regresan a España no vuelven a oler jamás su barrio obrero. Qué poco se podía imaginar el país de aquel tiempo que las infraviviendas de protección oficial franquista llegarían a cotizarse en el siglo xxi como pisos de lujo.

Por su parte, Rocío Dúrcal, quien también encandilaba con sus bailes, solía protagonizar el mismo mágico ascenso social, aunque por la vía del braguetazo, fórmula de mejora femenina que el

franquismo aplaudía.

Por si la jugada propagandística no era lo bastante perfecta, se daba la casualidad de que ambas actrices y cantantes procedían de verdad de entornos humildes y ambas se casaron bien: Marisol con un pollopera de tomo y lomo (Carlos Goyanes, el hijo de su representante, que la introduciría en la alta sociedad pacoaristocrática) y Rocío Dúrcal con Junior, una de las estrellas de Los Brincos, el conjunto más popular del momento. Esto último era especialmente ventajoso porque garantizaba la domesticación, dentro de los límites de lo admisible por el franquismo, de una fiebre que estaba atacando a la juventud en todo el mundo: la de los sonidos eléctricos. Con la llegada de las bases militares estadounidenses a Torrejón de Ardoz y Rota no se pudo impedir que bajo las alambradas circulasen discos de rock que sonaban en las emisoras de radio e inculcaban una nueva educación musical a los jóvenes. Pero el Régimen consiguió convertir la furia rebelde de los conjuntos rockeros que triunfaban en Estados Unidos o de los melenudos beat que arrasaban en el swinging London en un producto propio: los yeyés. Los yeyés eran melómanos pero no solo. Eran también presumidos y, por lo tanto, consumistas: querían comprar discos (y un tocadiscos donde ponerlos), querían comprar ropa para ir a la moda (con el Lacoste, que los catalanes Basi habían traído a España como prenda estrella), querían beber Coca-Cola (concesión que Franco les dio a los Daurella) y fumar cigarrillos (negros siempre) en fiestas particulares que llamaban «guateques». Los chicos, además, querían tener una guitarra. Y esto último no era un capricho al alcance de cualquiera: las guitarras de producción nacional, como Invicta o Jomadi, eran las más asequibles, pero una Fender Stratocaster costaba 1.600 pesetas, el equivalente al salario mínimo en la España de los sesenta. Formar parte de un grupo musical, pues, era un marcador de clase inequívoco e integrarse de lleno en lo yeyé fue la primera forma de pijería moderna de la historia de este país.

Este nuevo culto al consumo de la juventud yeyé se puede ver en un mediometraje mítico titulado Unos chicos y unas chicas, filmado en 1966 por la pintora vanguardista alemana Nadia Werba, quien, con la mirada desprejuiciada de la visitante casual a España, recoge los testimonios de unos modernos jóvenes anónimos madrileños entre los

que reconocemos precisamente a Junior, quien no habla de guitarras sino de... ¡coches! Esto decía:

Yo Ferrari lo encuentro un coche único, aunque preferiría un Rolls Royce, desde luego, pero para un chico como yo, pues no voy a estar con un Rolls Royce de arriba para abajo. Me gustaría un coche deportivo solamente para fardar. Cuando un chico lleva el pelo largo se lo deja porque le parece farde. Cada uno lucha por ser más fardón que su amigo de pandilla. El farde es muy importante.

Fardar significaba poseer las veleidades del mundo moderno: esos aparatos, ropas, vehículos y «cosas» cargados de nuevos significados simbólicos permitían a los jóvenes ubicarse en un lugar del espectro diferente al de los viejos y construir sus identidades a partir de ahí. El farde se sellaba con el ritual yeyé por excelencia, el baile, que por primera vez no se hacía agarrado al otro, sino en solitario y con movimientos espasmódicos, en lo que era una expresión de libertad y desafío muy parecida a la velocidad.

Una canción de 1964 titulada «Snob yeyé» caracteriza a este nuevo sujeto con la misma precisión que muchos años después conseguiría «Cayetano» de Carolina Durante:

Chico estás canuto|Con ese niki marrón|Vamos a hacer unos hoyos

En el campo de golf|Incinérame el cilindrín|Martirizando la cola con gin|No pidas nunca un tinto |Si quieres ser buen yeyé |Pidiendo solo un vidrio|Todo te irá muy bien.

La tonada suena en La caza, la película de Carlos Saura en la que un jovencísimo y atractivo Emilio Gutiérrez Caba se ve obligado a ir a una aburrida montería con su tío, un industrial clásico del primer franquismo que acude a la jornada con unos antiguos socios. A unos les ha ido mucho mejor que a otros en la autarquía de los contratos a dedo y ha larvado entre ellos un odio atroz. El guaperas joven, sin embargo, hijo ya del desarrollismo, escucha canciones modernas en la radio mientras sus mayores andan por ahí. Por entonces, la práctica cinegética, que tanto prestigio había tenido durante los años de la autarquía, era ya la cosa menos deseable del mundo para los jóvenes con aspiraciones. Al final los viejos se matan unos a otros con sus escopetas de rematar conejos. Emilio no entiende nada.

La caza, como Nada, esquivó la censura del Régimen, que quizá simplemente hizo la vista gorda porque tenía otros artefactos audiovisuales en camino para complacer a los yeyés. Uno de ellos se tituló Los chicos con las chicas y lo protagonizaban los miembros de Los Bravos, una banda capitaneada por el estadounidense Mike Kennedy, a quien se le ocurre la revolucionaria idea de intentar entrar a un colegio de monjas para ligar con las chavalas. El impacto cultural y moral de la película fue innegable. Sin embargo, el gran éxito de taquilla a mediados de los sesenta fue Los chicos del Preu, un film que llegó un año después de la subversiva película de Saura y que había sido pensado específicamente para promocionar con decisión el siguiente método de ascenso social: los estudios superiores. En esta película por primera vez se decía con pleno consentimiento de las autoridades que a ese elevador también podían subirse algunas chicas, como había hecho Andrea cuando se mudó a la calle Aribau de Barcelona.

Si había algún mensaje subversivo en Los chicos del Preu, el director de comedias franquistas por excelencia, Pedro Lazaga, se encargaba de neutralizarlo poniendo al mismo Gutiérrez Caba, esta vez en tecnicolor, a representar a un muchacho de pueblo, concretamente de Tomelloso, que llegaba a Madrid con una beca para hacer el curso preparatorio a la universidad. El chaval, sensible y responsable, sabía lo afortunado que era de no pertenecer a esa turba de inmigrantes interiores que llegaron en tropel a los suburbios de la ciudad para acabar ocupando curros de mierda. Pero era honrado y para poder pagarse su estancia en la gran ciudad, descargaba al amanecer camiones llenos de fruta. Él formaba parte de una nueva élite a la que se quería poner en valor: los 25.000 jóvenes que en ese año estuvieron inscritos en el curso preuniversitario (solo el 11 por ciento de jóvenes nacidos entre 1946 y 1959 obtuvieron un título universitario en la década de los sesenta). Él estaba ahí para demostrar al gran público que la lucha de clases ya no tenía sentido porque los pobres, si eran brillantes, también podían estudiar. Dos millones de espectadores vieron Los chicos del Preu.

El personaje que encarnaba Gutiérrez Caba, apuesto, noble y trabajador, no era parte aún, eso sí, de la otra élite, la de sus compañeros de aula, unos yeyés de clase media-alta que se compraban guitarras eléctricas, organizaban guateques en sus casas con zona de servicio y se movían por Madrid a bordo de coches y motos Vespa. La estética del swinging London en España se mezcló

de forma armónica con la de las universidades de la Ivy League. Nada que fuese especialmente escandaloso o molesto para el sindicato universitario del Opus. Mientras Gutiérrez Caba va con su jerseicito de cuello pico y sus pantalones de pinza, con una pinta de pijoaparte que no puede con ella, a ellos se les distingue por las chaquetas cruzadas de ocho botones, los polos de piqué, los cuellos vueltos, los estampados floridos, las corbatas y los mocasines Sebago. Las chicas incluso lucen unas faldas trapecio que dejan ver una cantidad de pierna del todo inadmisible solo una década antes. Una de ellas, la cándida Karina, es buena y comprensiva con el pobretón de Tomelloso. Pero otra de ellas, la más adinerada de todos los yeyés de la pandilla, siempre le hace comentarios asquerosamente clasistas y le ridiculiza por ser de campo. Un buen día, en el laboratorio de química, a la mala, que es por supuesto una mujer, le explota un mechero Bunsen en la cara. Y Tomelloso, que es un verdadero caballero español aunque no descienda de nobles, va a visitarla al hospital. Así es como ella, con los ojos vendados, se da cuenta de lo imbécil que ha sido. Y así es como el franquismo les contó a los jóvenes con innegables ganas de trepar que a los ricos, aunque tengan motos y coches, les pasan cosas muy trágicas y también lloran.

La izquierda divina y los petardos:

el primer gran triunfo

del capital cultural

Sorbiendo espaguetis a la tenue luz de las lamparitas de Miguel Milá, encajada entre el mullido suelo de moqueta verde oscuro y el techo bajísimo lleno de siluetas de hojas que simulan copas de árboles, el día que por fin visité Il Giardinetto de Barcelona me sentí parte de algo aunque en el fondo supiese que estaba fuera de lugar. No se lo comenté a don Ángel Fernández Chinchilla, el hombre de la pajarita que lleva cuarenta años atendiendo el mítico local y que ese día me atendió a mí. Me acerqué hasta la zona porque quería experimentar lo que era comer en las que fueron las mesas favoritas de la Gauche Divine; tampoco le dije, cuando me trajo la cuenta, con el tumbao que llevan los buenos barmen al caminar, que después de almorzar tenía previsto recorrer la vecina calle Tuset, donde se coció el primer movimiento cultural juvenil español que convirtió la noche en su hábitat natural sin disimular mucho sus aspiraciones subversivas de cambio político, pero tampoco sus ambiciones comerciales.

Mientras en Madrid seguía oliendo a cerrado, a finales de los años sesenta, en los escasos trescientos metros de la barcelonesa calle Tuset, abrieron a la vez cuatro agencias de modelos (Top Model, Magda, Intermodel y Salvar), la primera tienda veinticuatro horas de España (el Drugstore David) y el local en el que protestaban líricamente todos los cantantes rojeras que se atrevían a cantar en lenguas vernáculas, la Cova del Drac. Todos aquellos lugares eran plataformas de expresión de algo nuevo pero también negocios, por qué no. Barcelona era diferente de Madrid porque siempre había sido una ciudad creativa, de industriales con ánimo emprendedor, una referencia del textil y una potencia arquitectónica: allí se fundó en los años cincuenta el Grupo R, que bebía de Niemeyer o Alvar Aalto, y allí se refundó en los sesenta una escuela de arquitectura que vio nacer el talento de Ricardo Bofill u Oriol Bohigas. Pero, además, ahora había una escuela de cine llena de estudiantes fascinados por el existencialismo y la nouvelle vague, una de diseño, donde bullían el op-art y el pop art (que llegaron a los inolvidables catálogos de bañadores Meyba) y otra de periodismo, en la

que por primera vez jóvenes de diferentes procedencias sociales debatían como intelectuales de izquierdas sin la vigilancia asfixiante del Régimen. En dicha escuela hasta había un cura que algunos días se metía con el resto de los alumnos en un puticlub de la rambla de Santa Mónica a dar clase. Aquellos estudiantes se inventaron un mundo que solo existía en las pelis de Antonioni o de Louis Malle. Y a esa escuela fue Elisenda Nadal, la hija de los fundadores de la revista Fotogramas, quien llevaba desde su más tierna niñez viendo desfilar por su chalet de Pedralbes a estrellas de cine, desde Sophia Loren a Marie Trintignant, porque sus padres entregaban el premio de cine más importante de España. Era todavía una estudiante cuando se convirtió en subdirectora de la publicación de sus progenitores y le dio un giro moderno que aún se estudia en las facultades de comunicación.

La primera vez que viajó a Londres, Elisenda fue con una falda plisada hasta las rodillas a Biba, la tienda del momento. Se compró una mini con unas medias de colores y nunca se volvió a poner faldas de tablas. Era el ejemplo viviente de que algunas chicas bien de Barcelona no tenían nada que ver con las jóvenes madrileñas de clase alta. Esas eran herederas de las Topolino de los cuarenta, que aunque se moviesen en coche, en realidad nunca tuvieron copias de las llaves de su propio portal para entrar y salir cuando quisieran; o de las admiradoras de Marisol o Rocío Dúrcal de principios de los sesenta, que a pesar de sus ínfulas yeyé, podían llegar a casa como muy tarde a las diez de la noche, siempre acompañadas de un hermano mayor. A todas las dibujó con crueldad sardónica Joan Manuel Serrat, trovador oficial de otra de las grandes corrientes artísticas barcelonesas, la nova cançó, en una composición titulada «Muchacha típica». La letra completa fue censurada por el Régimen por las alusiones a las filias monárquicas de las verdaderas familias bien:

La educó una nurse vesánica | típicamente británica | una aya y un preceptor

Que le habló de nuestros próceres|y un primo suyo de Cáceres que le desveló el amor. Para la muchacha es básico|ese veraneo clásico |en una aldea de mar típicamente cantábrica|alejada de esas fábricas que no dejan respirar|Como su madre, es autárquica como su padre, es monárquica|Y cada catorce de abril

se le resbalan dos lágrimas|Vueltos los ojos y el ánima|A las costas de

Estoril

Es esa muchacha típica|cuya familia es la típica|familia bien del país Anda esa muchacha típica|los domingos en la hípica|Y a las dos en José Luis.

No es que el ambiente del Madrid rancio y elegante descrito por Serrat no existiese en Barcelona: la propia Elisenda había frecuentado en los primeros años de su juventud El Papagayo, un club al estilo del madrileño Pasapoga, donde las mujeres todavía iban con cardados «arriba España» y solo bebían combinados sin alcohol al son de big bands cuando fuera ya sonaban los Beatles. Había pijos tan recalcitrantes en la Barcelona franquista que hasta existió en 1970 un personaje radiofónico llamado Tito B. Diagonal que hablaba ya con ese característico acento pseudobritánico que caracteriza, por ejemplo, a Tamara Falcó. Le daba voz el presentador Jordi Estadella.

A Elisenda, sin embargo, no le gustaba aquel ambiente encorsetado de los niños y niñas bien de toda la vida, sino el mundo que se le abrió en la escuela de periodismo, el que conoció de la mano de Manuel Vázquez Montalbán y Maruja Torres, ambos gente de clase trabajadora pero muy cultos. También le fascinaba el universo de su amigo Oriol Regás.

Regás, hijo de hosteleros bien situados, burgués pero no riquísimo, era el típico espíritu intrépido que siempre se estaba metiendo en líos. Había hecho una expedición con la que atravesó África para publicitar la moto Montesa Impala y también había ganado las veinticuatro horas de Montjuic en vehículo de dos ruedas. Solía frecuentar con Elisenda un restaurante llamado La Mariana en cuya mesa alargada se sentaban conforme iban llegando filósofos, arquitectos y escritores. Un buen día Oriol llamó a Eli y le dijo que quería montar un club. Eli le pidió el dinero a su madre, so amenaza de dejar la revista. Y así nació el Bocaccio, un club con trazas de discoteca que se convirtió en una especie de Studio 54 hispánico al que iba absolutamente todo el que quería ser algo en la escena cultural barcelonesa. Se bailaba mucho y se ligaba más. Y por primera vez las mujeres que lo frecuentaban se quedaban hasta horas completamente inauditas. La noche, pero en especial la noche del Bocaccio, se convirtió en un símbolo de estatus como también lo era codearse con intelectuales. La única que no trasnochaba era

Elisenda Nadal: ella siempre tenía que madrugar para trabajar en la revista. Era una niña bien, sí, pero muy curranta, cosa que era una absoluta modernidad. Como también lo era vivir sola. Ella lo hacía y muchos hombres de aquel entorno daban por sentado que su apartamento era un picadero. La sociedad barcelonesa era más moderna que la madrileña pero igual de machista.

El día que estuve en Il Giardinetto tampoco le conté a don Ángel que después de ir a la calle Tuset me iba a dar un paseo por Sant Gervasi, un fino barrio residencial próximo al restaurante donde Juan Marsé ubicó las aventuras de Manolo Reyes, Pijoaparte, el personaje de Últimas tardes con Teresa que sin duda le resultaba familiar: él mismo, currito huérfano de madre e hijo de un taxista, debía de sentirse como una especie de impostor cuando entró a formar parte del mundo de su editor, Carlos Barral. Barral, estudiante de Derecho con alma de poeta, continuó con el negocio de sus padres, una editorial, pero a diferencia de Elisenda Nadal, él al principio sintió esta herencia como una condena. Así lo reflejó en un poema de juventud titulado «Apellido industrial»:

Allí estaba mi nombre escrito, allí por las mañanas temprano terminaba la luz, el aire… y todo cuanto hacía

todo estaba pagado, todo a crédito de libertad rendida

de conciencia confusa.

No, no quiero, dije mirando los montones

de escombros, la tierra verde y negra de la calle

futura… y una muchacha triste pasó, sin prisa.

Yo era libre solo para decidir lo que no importa.

Este lamento de privilegiado le hubiese dado risa a Marsé, quien siendo casi un niño tuvo que quemarse las manos en un taller de orfebrería para llevar dinero a casa y, cuando se mudó a París persiguiendo sus pulsiones bohemias, tuvo que trabajar de mozo de laboratorio para pagárselas. Cuando volvió a Barcelona fue el señorito de apellido industrial quien acabó publicando sus grandes éxitos y también los de los escritores que convirtieron la editorial

que había repudiado en un fenómeno global, como García Márquez y Vargas Llosa.

Estos dos, y también Barral (Marsé era un triste), frecuentaban el Bocaccio, el local donde lo que menos importaba era la ascendencia familiar de los clientes o su posición de poder dentro de las estructuras del Régimen. Un relamido pollopera de los que alternaban en la boîte Alfonso, junto al palacio de Liria, no tenía oportunidad alguna de brillar en aquel ambiente, ni de conseguir la atención de la rubia y menuda Teresa Gimpera, la Twiggy ibérica. Tan caro podía salir eso de no disimular la buena posición social dada por la herencia familiar que algunos, como el poeta maldito Pau Malvido, hasta ocultaban su verdadero origen. Él era nieto del agitador e insigne poeta de la Renaixença Josep Maragall (también hermano de Pascual, el que acabaría siendo el alcalde de la segunda izquierda divina barcelonesa, la socialista), pero muy pocos de los que solo veían en él su pose atormentada y su pinta de hippie sabían que pertenecía a una de las mejores familias de la ciudad. Para ser alguien en aquella escena no había que tener dinero, sino actitud, morro y, a veces, talento. Aquí las redes se tejían de otra manera y para otro fin: para medrar en una industria cultural que crecía en los márgenes del Régimen.

En Madrid hubo un patético intento de crear un ambiente parecido al de la Barcelona groovy, como documenta Juan García Hortelano en El gran momento de Mary Tribune, rijosilla novela que relata las noches de farra alcohólica interminable de algunos chicos de buena familia en la calle Doctor Fleming, la zona donde se alojaban las americanas de la base de Torrejón de Ardoz. Doctor Fleming aspiró a ser una versión castiza de la calle Tuset y por la cantidad de locales modernos y de moral relajada que hubo en la zona se la bautizó como Costa Fleming. Pero allí el coqueteo subido de tono muy pronto adquirió el tinte sórdido que cualquier cosa que oliese a libertad sexual tomaba en el Foro de Paco. Por esa imposibilidad de convertir las pulsiones artísticas en verdadera transgresión, Alain Milhaud, el descubridor de Los Bravos e impulsor de aquel himno que decía «los chicos con las chicas tienen que estar» se marchó a Barcelona en cuanto tuvo la oportunidad. Y allí creó junto a Oriol un sello discográfico que acabó produciendo verdadera contracultura.

Ya los estudiantes de la escuela de cine habían dejado claro cuando

rodaron Tuset Street que el requisito imprescindible para formar parte de aquella élite era despreciar los códigos culturales del franquismo. La película, con guion del vanguardista Jordi Grau pero dinero del casposo José Frade, pretendía reflejar la nueva vibrante escena barcelonesa. Acabó en desastre. El problema fue que el productor les impuso una actriz protagonista que claramente encarnaba la polilla del Régimen, Sara Montiel. Para resolver el contraste de los dos mundos, se creó un guion en el que un urbanista joven y refinado llamado Jordi Artigas, que está planeando la creación de una zona comercial revolucionaria para Barcelona, se enamora de Violeta Riscal, una vedette veterana del cabaret El Molino, a la que los amigos de la pandilla de Artigas rechazan por anticuada, carca y, por qué no decirlo, vieja. En la ficción, Riscal también les odia a ellos. Lo curioso es que el desencuentro existió en la vida real: los modernitos se reían de La Montiel durante el rodaje y La Montiel, que había sido la mayor estrella del cine español en los veinte años anteriores, no se podía creer que aquellos mocosos le faltaran al respeto. Para definirlos les llamaba «petardos», simplemente porque aún no disponía de la palabra «pijos».

Justo eso mismo pensaba de los petardos el periodista Juan de Sagarra cuando bautizó aquel movimiento como Gauche Divine o izquierda divina. Había tomado prestada una expresión de Jean Paul Sartre, quien la usó para referirse a los intelectuales progres franceses «que salían a cenar y se pagaban una copa en el Ritz».

No era mentira que los miembros de esta escena, hedonistas y disfrutones, hiciesen actividades características de las clases ociosas, con una diferencia: muchos de ellos se ganaban la vida con su propio talento en profesiones liberales que en aquel momento daban mucho dinero. Por ejemplo, los fotógrafos publicitarios de la época se montaron en el dólar. Pero como explican Maruja Torres y la fotógrafa Colita, retratista oficial de ese tiempo, en un documental dedicado a esta última (Cola, colita, colassa), ellas simplemente disfrutaban de lo ganado, cosa que, por cierto, es una premisa básica en los países libres.

Ese disfrute pasaba a veces por imitar los privilegios de los que habían tenido dinero siempre, como Carlos Barral, quien poseía una preciosa casa marinera en Calafell a la que no podía entrar cualquiera. A Calafell se iban a casas alquiladas los que no querían dejar de formar parte de la pomada en los meses más calurosos del

verano, a comer erizos y cava mientras veían el atardecer. Eran siempre los mismos. Intentar entrar en aquel círculo sin invitación era casi tan humillante como colarse con un carnet falso en un club privado.

Tuvo ocasión de comprobarlo la autora de Nada, Carmen Laforet, quien durante un encuentro literario en Madrid hizo buenas migas con la que ya era una power couple de las letras hispanas, Barral y Marsé; a raíz de esa sensación de buena sintonía, Laforet, que llevaba tiempo intentando recuperar relevancia, tomó la decisión de ir a pasar el verano con sus cinco hijos y dos niñeras a Calafell, muy cerca de los que ya consideraba sus enlaces dentro de la nueva élite literaria. Una tarde, paseando, vio a Barral y a Marsé sentados en una terraza. Cuando se acercó a ellos le hicieron el vacío.

Los que sí habían sido admitidos como parte de aquel club se compraron casas en otros pueblos en cuanto ahorraron lo suficiente, cuyo diseño encargaban a los arquitectos más prestigiosos. Oriol Regás hizo que Oscar Tusquets le remodelase una masía que llenó de fotos pop de gran formato y que aún hoy forma parte de la historia de la mejor arquitectura vanguardista de España. Manolo Vázquez Montalbán se construyó un refugio en el Empordà. El buen diseño, que siempre había sido la debilidad de estos intelectuales con cultura y buen gusto, era el sello distintivo de los ambientes en los que se movían. Y ese era también el sello distintivo de uno de sus restaurantes favoritos. Lo puso en marcha el fotógrafo publicitario Leopoldo Pomés y se inauguró en 1973, el mismo día que un atentado en Madrid hizo volar por los aires a Carrero Blanco. Su especialidad eran los platos italianos y los cócteles. Se llamaba Il Giardinetto.

Cuarenta años después Il Giardinetto sigue siendo un nodo cultural de la ciudad, un lugar especial, recogido y acogedor entre cuyas paredes verdes se organizan veladas culturales. Cualquiera puede entrar y pagar por saborear un risotto o un plato de espaguetis rodeado de gente de una cierta edad que mantiene conversaciones de alto nivel intelectual. Pero no cualquiera puede formar parte del selecto club de habituales. El día que estuve en Il Giardinetto don Ángel Fernández Chinchilla me trató como una reina. Aun así, no pude evitar la sensación de haber entrado en un club privado con

un carnet robado.

Gunilla, los primeros

canallas y el advenimiento

de Nuestra Señora de Preysler

La primera vez que me puse al lado de una mujer famosa para hacerme una foto fue cuando mi madrina me llevó al circo de Teresa Rabal. Pasaba su troupe en los años ochenta por todas las ciudades de España (incluida Ponferrada) para que los niños de clase media que en verano íbamos de vacaciones a la costa en utilitarios llenos de maletas y ollas pudiésemos rozar la gloria del star system español.

La segunda fue en Marbella con Gunilla von Bismark. Hay mujeres que además de personas, son un zeitgeist, es decir, el espíritu de su tiempo.

Cuando vi a Gunilla en 2018 en la alfombra roja del Starlite, el festival para ricos que todos los años se celebra en la marbellí cantera de Nagüeles, comprendí por qué sigue siendo la Marianne de la Costa del Sol. Si la dama de encarnado gorro frigio que simboliza a Francia representa la permanencia de los valores de la república (la igualdad, la fraternidad, la libertad), Gunilla, aunque los más jóvenes nunca hayan escuchado hablar de ella, con su interminable melena rubia de sirena, su finísima y alargada figura, su sempiterno bronceado, sus dientes blanquísimos y su apellido alemán, es la viva encarnación de esa Marbella siempre soleada donde las esposas de los mafiosos más peligrosos del mundo van a hacer inconfesables dietas de adelgazamiento a clínicas privadas poniendo excusas peregrinas. Vanidad, levedad, ilegalidad.

Cuando le pedí que posara conmigo para una foto «de recuerdo» no puso ningún reparo. Mucho antes de que el estilo de vida de los más afortunados se fetichizase para provecho de redes sociales y marcas con diligencia prusiana, ella, producto verdadero de Prusia, ya se había acostumbrado a que la quisieran inmortalizar por el simple hecho de ser ella. El circo de Teresa Rabal le cobró a mi madrina un dinerillo por aquella Polaroid. A mí aquel día de agosto de 2017 todo me salió gratis. La entrada para la gala Starlite la pagó el

patrocinador, que era SEAT, ya propiedad mayoritaria de Volkswagen, una empresa tan alemana como Gunilla, quien cedió a posar altruistamente. Por supuesto que subí la foto a Instagram, con los hashtags que pidieron los que habían pagado todo.

Íbamos las dos vestidas de gala y cuando posé mi mano en su menudísima cintura, yo era consciente de que estaba tocando a la bisnieta del canciller que redibujó el mapa de Europa, un Odín guerrero llamado Otto von Bismarck que, entre otras cosas, luchó contra los derechos de los trabajadores de Alemania cuando se organizaron por primera vez a principios del siglo xix. También sabía que, a pesar del paso del tiempo, seguía siendo la embajadora suprema de la política de sol y playa con la que un ministro de Turismo franquista llamado Manuel Fraga Iribarne consiguió que nuestros litorales pasaran de recibir ocho millones de turistas en 1962 a veintiún millones en 1970, muchos de ellos extranjeros. Aunque ella no fuese una turista ni siquiera cuando llegó con once años al que se convertiría en su reino particular. Vino con su madre, una socialité sueca que se casó con el nieto de Otto, quien estuvo de parte de los nazis hasta que dejó de estarlo y calladamente empezó a salvar judíos. La señora se había roto una pierna y necesitaba tomar el sol por prescripción médica (¿es una excusa peregrina tomar el sol por tener un hueso partido?) y para hacerlo en condiciones se compró una mansión, en un gesto solo accesible a un verdadero miembro de la clase ociosa.

A esa clase sigue perteneciendo en pleno siglo xxi Gunilla, fósil de las costumbres decimonónicas y a la vez estandarte de la jet set setentera. Un icono. Gunilla von Bismarck con su sola presencia resume el universo aspiracional que caracterizó al tardofranquismo: el de las nuevas damas de alta sociedad que aun siendo aristócratas coquetearon con una vida disoluta más cercana a los despiporres de la cultura hippy que a la formalidad de las puestas de largo. Estas nuevas criaturas eran rompedoras porque no tenían nada que ver con las niñas bien de gustos provincianos y expresión pacata que salían en las páginas sin color de los ecos de sociedad. No se ponían perlas, sino crop tops de lamé con los que enseñaban el ombligo como solo las personas criadas en países con libertad sexual podían; y el Régimen no las llamaba al orden porque su función era precisamente glamourizar el verano. Gunilla von Bismarck fue uno de los reclamos esenciales para que la clase media empezara a querer picar en el anzuelo del turismo hotelero y la inversión en segunda

vivienda.

Todo empezó en los años cincuenta cuando los hijos de los viejos aristócratas europeos que habían sobrevivido a las dos guerras mundiales decidieron que ya era hora de abandonar el tipo de «buena vida» que habían inventado sus padres y abuelos. Puede que a los aristócratas les gustase pasar el estío en el frío y húmedo País Vasco francés, pero hacía mucho que los balnearios habían empezado a considerarse aburridos. La palidez, que en tiempos de economía agraria total fue símbolo de sofisticación (quien tenía la tez blanca era porque no trabajaba en el campo), había dado paso al moreno, que en la economía de servicios ya no era cosa de currantes, sino todo lo contrario.

El primero en darse cuenta de que la costa marbellí tenía posibilidades fue Ricardo Soriano, un aristócrata bon vivant con gustos exquisitos pero también estrafalarios, tanto que al parecer poseía una colección de vellos púbicos (que inspiraría a Berlanga para una de las escenas de Patrimonio nacional). Soriano era hijo de uno de los principales inversores del Ritz de Madrid, que había vivido en Biarritz, motivo por el que sabía que la alta sociedad del norte estaba frita de tanta lluvia. Conocía a la vez Málaga porque su madre era de la provincia y allí había pasado muchos veranos. El caso es que Ricardo Soriano, a mediados de los años cuarenta, volvió a la zona invitado por un amigo terrateniente con fincas entre Marbella y San Pedro de Alcántara y se dio cuenta de que había un trasiego importante de franceses que iban hacia Marruecos, previa escala en Algeciras. Esto le empujó a comprar terrenos él también para montar unos alojamientos a los que llamó El Rodeo. Dado que llevaba la hostelería en la sangre por herencia familiar, comprendió pronto que tenía que atraer allí a sus amigos más acaudalados. Y al primero que convenció fue a Maximiliam de Hohenlohe, un noble y político alemán que estaba casado con Piedita Iturbe, una de esas raras flappers españolas que por ser hija de un diplomático mexicano y una potentada malagueña con raíces berlinesas no solo conocía bien los placeres de la melanina, sino que estaba conectada con toda la alta sociedad europea (tanto que a su boda con Maximiliam fueron Alfonso XIII y Victoria Eugenia) e incluso con el dinero viejo estadounidense. Piedita y Maximiliam se compraron una casa en Marbella y tuvieron un hijo, Alfonso de Hohenlohe, también marbellí de pro. Todos le vieron muy pronto como digno sucesor de

Ricardo Soriano.

Todo este embrollo solo está aquí para demostrar que esa costumbre de visitarse en verano, en una especie de coach surfing de lujo, para después poner en marcha una colonización muy parecida a la gentrificación, es un modus operandi que las clases altas trasladan allá a donde van.

Ricardo y Alfonso consiguieron convencer a todo el Gotha (de los Tyssen a los Turn und Taxis), a los pacoaristócratas y a muchas estrellas de Hollywood de que se mudaran al sur de España. Si en el siglo xviii y xix entre la sociedad europea se había puesto de moda una cosa llamada Grand Tour, que consistía en seguir las huellas del Renacimiento y la Ilustración por toda Europa para culturizarse, ahora lo último era ir en busca de la vitamina D que tanto escaseaba bajo los cielos grises de Centroeuropa.

En Marbella les esperaba el tercer caballero, un excepcional cicerone colocado por el Régimen: el hermano jeta de Fabiola de Mora y Aragón, una española más bien coñazo que, por carambolas de los intereses dinásticos, se había acabado casando con el rey de Bélgica. Dicho hermano, Jaime, era una especie de Don Quijote sibarita cuyas señas de identidad eran un monóculo, un bigote de hidalgo caballero y unos trajes con chaqueta de capitán de crucero. Con actitud extravagante pero modales exquisitos se había erigido en embajador oficial del gueto de placer y buena vida que Fraga necesitaba para atraer el turismo de masas.

Marbella se convirtió en un estado de excepción moral donde no solo iban a refugiarse Deborah Kerr o Audrey Hepburn, sino también las grandes protegidas del Régimen, de Marisol a Lola Flores, pasando por la nieta del caudillo.

Había en este singular pueblito andaluz ese ambiente característico de los lugares limbo donde el dinero compra libertades (como Las Vegas, Dubái o Aruba). Allí el olor del monoï se mezclaba con el de los espetos de sardinas, y el tintineo de las joyas con el de las castañuelas. Marbella atrajo a esa clase de gente que la revista Vogue había bautizado en 1957 como «jet set» por su costumbre de desplazarse en avión por todo el planeta buscando el buen tiempo, el placer y el descanso. La jet set era exactamente el tipo de gente que, a su vez, el fotógrafo

estadounidense Slim Aarons se dedicaba a seguir por el mundo para fotografiar llevando su estilo de vida placentero y único. Después vendía las imágenes a grupos de editoriales de revistas de alta gama, como Condé Nast, al que pertenecían y siguen perteneciendo tanto Vanity Fair como Vogue.

Esa persecución llevó a Slim Aarons desde Palm Springs en los años sesenta, donde tomó algunas de sus instantáneas más icónicas, hasta Marbella en los setenta, donde también había palmeras esculpidas contra cielos azules sin mácula. Entró en todas las casas donde había gente atractiva haciendo cosas atractivas (ese era su lema) y ante su objetivo pasaron desde los legendarios banqueros Rothschild jugando al backgammon en el Marbella Club, paraíso privado fundado por Hohenlohe, hasta el marqués de Villaverde, el Pollopera, haciendo paracaidismo sobre el Mediterráneo. El álbum de Slim Aaron, lleno de hombres y mujeres bronceados saboreando cócteles en torno a azules piscinas espejeantes, fue inspiración para las instantáneas glamurosas que empezaron a llenar las páginas del ¡Hola!, que sirvieron para hacer soñar a una España que ya tenía vacaciones pagadas pero aún no tenía derecho a exigirlas por ley. Cada trabajador dependía de la benevolencia o voluntad del patrón para conseguirlas más o menos prolongadas, y nunca solían ser de más de quince días.

Esas fotos permitían asomarse a las vidas de los que no tenían patrón ni límite de tiempo para el disfrute y son las que todavía hoy miran quienes quieren reempaquetar ese estilo de vida para venderlo al peso o asociarse a él. No hay un mes que un magazine no ilustre algún reportaje con alguna de las imágenes de Aarons o que una niña aspirante a influencer no cite alguna de sus instantáneas con un pie de foto engolado.

Aquel tipo de vida no era exactamente el que venía buscando cuando llegó a Madrid desde Filipinas una joven llamada Isabel. Esta otra guiri, que tampoco vino en calidad de turista, se instaló en 1969 en el lujoso piso de sus tíos al lado del estadio Bernabéu y muy cerca de la calle Doctor Fleming. Tocada por el mismo halo internacional, misterioso y sofisticado que antes había ayudado a Aline de Romanones a hacerse un hueco entre los círculos selectos, Isabel comenzó a participar como modelo en algunos desfiles de

moda para señoritas de la alta sociedad.

Los cambios llegaron cuando la empezó a sacar de fiesta Carmen Martínez-Bordiú, la nieta de Franco, de quien se hizo íntima. A Isabel, supuestamente sus padres la habían mandado a Madrid a estudiar secretariado de dirección para alejarla de un playboy diez años mayor que ella, quien le ofrecía todos los lujos que había disponibles en Manila: paseos en yate, tardes en el club de polo, cenas en el entorno de Imelda Marcos. Ella misma ha contado en alguna ocasión que el gran enfado de sus progenitores se produjo un día que ella se había fumado el colegio para escaparse a una isla privada con su amor secreto, con tan mala suerte que una tormenta los dejó varados en el viaje de ida y no pudo regresar hasta la mañana siguiente (¿quién no la ha cagado así alguna vez?). Pero por mucho que esta historia se haya repetido hasta la saciedad para explicar los porqués de la venida a España de Nuestra Señora de Preysler, la más pedestre realidad es que llegó a Madrid para estudiar secretariado de dirección y, en la España de los años setenta, esa era una de las formas más efectivas de las que disponían las mujeres de clase media para encontrar un trabajo con prestigio y a la vez un marido con dinero y poder.

En efecto, Isabel se echó un novio con dinero y poder. Aunque no era exactamente lo que sus padres planeaban. El que se acabaría transformando en su primer esposo, Julio Iglesias, se parecía demasiado al hombre del que la habían alejado. También playboy incorregible, había intentado ser abogado, pero cuando conoció a Isabel en 1970 ya era una estrella de la canción. Se casaron porque ella se quedó embarazada, razón de peso todavía en aquella España para unirse a alguien en teoría para siempre. Celebraron la boda comme il faut en el restaurante madrileño José Luis. Y después empezaron a pasar los veranos en Marbella. La actuación de Julio fue, de hecho, el plato fuerte en la inauguración de Puerto Banús, el puerto de lujo de Marbella que se estrenó el mismo año en que el cantante y la filipina se casaron. Concebido como puerto para que pudiesen atracar sus yates desde las grandes fortunas de Hollywood hasta los jeques árabes y a la vez zona de shopping de lujo, Puerto Banús contenía una paradoja enorme: su nombre, Banús, era el apellido del constructor que se hizo rico levantando infraviviendas en Madrid para la clase trabajadora que emigró del mundo rural a la ciudad. Esa clase trabajadora que durante el desarrollismo consiguió comprarse el cochecito que la llevaba a pasar

unos días a los litorales populares y una televisión en la que podía ver los triunfos de Julio Iglesias en los festivales de la canción en los que participaba.

A pesar de su éxito internacional, o quizá por él, Julio Iglesias era un trovador que actuaba con traje y con corbata y ejercía, al menos públicamente, de «padre de familia proveedor», aunque luego pusiese cuernos a diestro y siniestro. De alguna forma era, como lo había sido Raphael, un asimilado al Régimen. El hombre del que se enamoró Gunilla von Bismarck, en cambio, era otra cosa muy distinta.

La biografía de Luis Ortiz no hacía prever que llegaría a ser alguien en la escena marbellí: hijo de un censor franquista de Televisión Española, podría haber acabado como un funcionario alcoholizado o como un golfo con posibles más de los muchos que andaban por la madrileña Costa Fleming, mirando por debajo de las faldas de las liberadas estadounidenses de la base de Torrejón de Ardoz. Pero tuvo la suerte de que uno de sus mejores amigos, Yeyo Llagostera, heredase una millonada de su padre, un empresario farmacéutico creador del relajante muscular Reflex; y que el heredero decidiera gastar el dinero con él y con un tercer amigo, Jorge Morán. Los tres se hicieron llamar Los Choris porque el nombre les parecía simpático pero peligroso.

El primer año, se dedicaron a viajar por todo el mundo, en una versión castiza de la jet set que podríamos denominar «comando jeta». Y cuando se gastaron el presupuesto que tenían decidieron instalarse en la Costa del Sol y crear un club nocturno, el Rodeo Beach. En aquel club el tipo de esparcimiento que se estilaba estaba en la línea de esta crónica que se publicó en Pueblo en 1970:

Una de las personas que introduce en nuestro país preparados sintéticos de sustancias tóxicas es muy conocido en Marbella y otros puntos de la Costa del Sol. Cuentan que en sus fastuosas recepciones ofrece a los invitados cocaína, LSD, grifa y cuantos paraísos deseen. El verano pasado, en una de esas fiestas —de tres rombos—, celebrada en su finca de Marbella, fue pasando un plato hondo lleno de cocaína. Una de las asistentes dio un manotazo al plato y la coca se derramó. Un grupo de personas se lanzó al suelo para rebañar la droga, dominadas todas ellas por un impulso incontenible.

La droga que Frank Sinatra y Ava Gardner compraban en la coctelería madrileña Chicote a precio de oro a finales de los años cuarenta, en los setenta circulaba con mucho más desenfado (aunque a precios igualmente elevados) porque en toda la costa andaluza se notaba la influencia de la cultura hippie, que llevaba haciendo escala en Baleares desde los años sesenta y ahora también recalaba por Cádiz o Huelva. Puesto al sol de Marbella, a lo hippie se le evaporaban sus elementos más espirituales y se quedaba solo en estética y hábitos lisérgicos. Los Choris, por ejemplo, parecían miembros de la bohemia ibicenca, con sus camisas cuajadas de dibujos psicodélicos abiertas hasta el ombligo, sus cordones de cuero en el cuello y esas melenas que habían tomado el relevo a los flequillos de los yeyés, pero en realidad eran empresarios con cierta proximidad a la industria farmacéutica que se dedicaban a satisfacer los deseos de la nueva clientela rica, entre la que se encontraban nombres tan sonoros y connotados como Hugh Hefner o Roman Polanski. Y de ese emprendedor, jeta, vividor y noctámbulo (características las cuatro que a menudo definen el perfil de un «canalla») se enamoró Gunilla von Bismarck.

A pesar de todas las estrellas admirables con espectaculares currículos artísticos o profesionales que pasaron por Marbella, fueron ellos, Gunilla y Luis, Luis y Gunilla, los que definieron un nuevo imaginario aspiracional desde aquel lugar en el que se habían ido sedimentando todos los placeres favoritos de las clases altas. No había semana que la pareja de moda no apareciese en las páginas de las revistas con motivo de alguna fiesta loca organizada en su maravillosa mansión, Villa Sagitario, donde hasta una colección de vellos púbicos podía pasar por lo más normal.

Ellos eran la gama top del turismo vacacional, la cumbre de la pirámide. Ese tipo de ricos con conexiones elitistas transnacionales, ambiciones transfronterizas e intereses empresariales offshore que nadie sabe de qué viven en realidad.

El urbanismo de villas y casas bajas que había sido el sueño de Ricardo Soriano siguió caracterizando a Marbella hasta mediados de los setenta, pero la crisis del petróleo lo cambió todo. Los promotores inmobiliarios protegidos por el Régimen se dieron cuenta de que había que optimizar el espacio en altura, para dar acogida a los veraneantes que venían en sus utilitarios SEAT con los

niños, la abuela, los balones de playa y mucha ilusión.

Junto a las villas de los ricos empezaron a convivir moles de hormigón que se erigían como monumentos a la emulación pecuniaria y al sueño de las clases medias de ser temporalmente ociosas. Y al lado de la verdadera jet set empezaron a surgir famosos de segunda cuyo oficio estaba claro: salir en las revistas.

El litoral, como pasó en todas aquellas costas de Fraga, se convirtió en una jungla de asfalto y la especulación con el terreno para satisfacer a las clases medias, en todo en un arte. Lo perfeccionó de forma sublime un empresario que había aprendido sus mañanas de José Banús: Jesús Gil y Gil. Él fue quien al parecer dictó la sentencia de muerte del glamour de la zona. A él se le atribuye una corrupción que, supuestamente, empezó en los años ochenta pero que, en realidad, siempre había existido, solo que él la hizo accesible a personas sin títulos nobiliarios para vender propiedades a gente sin abolengo. A principios de los años noventa Gil y Gil se convirtió en alcalde de una ciudad que ya era mundialmente conocida por sus mafias internacionales y por su impresionante densidad de población: Marbella pasó de tener unos treinta mil habitantes en 1970 a 150.000 a principios de los 2000. En 2006, el Gobierno tuvo que disolver el Ayuntamiento de la ciudad para desmontar su entramado de corrupción.

El festival Starlite en el que conocí a Gunilla von Bismarck se creó en 2012 precisamente para intentar recuperar el esplendor y el prestigio de la Costa del Sol de la jet set. Una de las grandes estrellas invitadas fue Enrique Iglesias, el único hijo multimillonario de Isabel y Julio. El año pasado, la prensa fotografió a Tamara, la hija que Preysler tuvo con un marqués, acudiendo a una clínica de adelgazamiento de la zona antes de casarse (hay mujeres que son un zeitgeist y Tamara es otro). Sin embargo, el brillo de los grandes años de Marbella ya solo existe en esas fotos de Slim Aarons que circulan por Instagram y que siguen alimentando las fantasías de los que nunca tendrán un álbum así porque para vivir tienen que trabajar.

Parte tres: Quiero y no puedo

donde se razona el proceso por el que el cocodrilo de lacoste dejó paso al caballo de polo ralph lauren para después transformarse en un toro de lidia estabulado en wall street, se argumenta por qué una vez consolidada la democracia, las clases medias empezaron a olvidarse de cómo el estado de bienestar les garantizó ciertos privilegios y se explica por qué la ofensiva neoliberal ha provocado una disforia de clase también llamada «quiero y no puedo».

La puesta de largo de la palabra «pijo»: La Movida, Hombres G, Don Algodón

y el pacto de no-ostentación

> La cuesta de las Perdices está otra vez de moda. El espacio abierto de la carretera de La Coruña, sus salas de fiestas, lugares de reunión de los más afamados calaveras madrileños y pista de pruebas para los primeros deportivos de sus hijos en los años sesenta, revive sus viejas tradiciones gracias al éxito conseguido por las nuevas discotecas. Hoy, cocidos a base de centraminas, cocaína y whisky, los jóvenes retoños se bañan vestidos, echan gasolina desnudos y recorren la autopista entregándose a juegos de velocidad en los que solo el peligro de muerte produce nuevas sensaciones.
>
> *Andrés Manzano, El País, 1986*

El mismo año en el que una Alaska de veintitrés años grababa junto a los Pegamoides el videoclip de «Horror en el hipermercado» entre los lineales de cajas de cereales y las islas de verduras de uno de los primeros supermercados de Madrid (el Jumbo del adinerado barrio de Chamartín) muy cerca, en la calle Claudio Coello del barrio de Salamanca, un chico de dieciocho años llamado Pepe Barroso abría en una antigua lechería de siete metros cuadrados una tienda que en poco tiempo causaría furor: Don Algodón.

Era 1980 y si Alaska y los Pegamoides conseguían que sus canciones chillonas llegaran a las emisoras comerciales, Barroso lograba que unas sudaderas de algodón sobre las que imprimía cándidos dibujos se convirtiesen en un fenómeno. Los primeros, con chupas de cuero, crestas y letras llenas de referencias irónicas, representaban un movimiento contracultural y punk que supuestamente desafiaba las normas del mundo burgués. El segundo, con su pelito rubio bien peinado, sus credenciales de niño emprendedor de ICADE y sus productos destinados a chicas ideales, todo lo contrario. Pero aunque pareciese que las formas de ver el mundo de ambos bandos eran antagonistas y que estas jamás se encontrarían, todos estaban hablando un lenguaje común: el del consumo.

Ninguno de ellos procedía de familias de clase obrera, o no al menos de lo que se entendía entonces por ello. Y de clase obrera, según explica Modesto Gayo (el autor que más exhaustivamente ha estudiado la orientación política de los españoles en función de su clase social), se consideró hasta finales de los años setenta a los trabajadores manuales cualificados y no cualificados del sector industrial y del agrícola. Ana Curra estudiaba para heredar la farmacia de su padre en El Escorial, el padre de Eduardo Benavente era chófer de coches de lujo, Nacho Canut era hijo de un prestigioso dentista y Carlos GarcíaBerlanga, del insigne director de cine. Cuando llegó de México a Madrid con diez años, Alaska se instaló con su familia en Alberto Alcocer, «una avenida respetable en la que abundan los establecimientos bancarios, las boutiques caras, los comedores de lujo y las boîtes acolchadas», como la definió en los ochenta el cronista madrileño Moncho Alpuente. Su madre no era rica, pero tampoco obrera. Barroso, por su parte, estudiante del famoso colegio del Pilar (centro educativo del barrio de Salamanca conocido por ser cantera de prohombres), era hijo de un empresario desastroso que murió arruinado. Pero también sobrino de un expresidente del Atlético de Madrid. Pertenecía a la crema de la clase alta madrileña, esa que, como cuenta Manuel Longares en Romanticismo, recibió con auténtico pavor la noticia de la muerte del caudillo.

Para hacerse un lugar en el mundo, Alaska y Los Pegamoides aplicaban a su producto, la música, el gamberrismo, la distancia irónica y el tono kitsch | pop que habían aprendido de la escuela warholiana, referente imprescindible de los miembros de La Movida. Coqueteaban con las ideas anarquistas porque estas eran las que representaban la transgresión, ergo, la total ruptura con el Régimen (cuenta Rafa Cervera en Alaska y otras historias de La Movida que la cantante pudo entrevistar a un político de Alianza Popular, el partido liderado por Fraga, para La Cochu, fanzine izquierdista marginal madrileño, porque era su vecino). Su sistema moral era ciertamente progresista: creían en la libertad sexual, lo queer y los derechos reproductivos. Por eso les apoyaban los miembros más respetados de la intelligentsia de izquierdas, como el alcalde madrileño, Enrique Tierno Galván, quien sabía muy bien que era en lo moral donde en ese momento se ganaba a algunos jóvenes.

Pepe Barroso, en cambio, se valía para su producto del alegre

imaginario del verano que él había vivido, el del norte distinguido, tan distinto del de las costas mediterráneas populacheras. En el norte, a bordo de un velero, el único problema que existía era que hiciese un poco de rasca (y ahí es cuando se sacaba la sudadera). Su sistema moral era el de la tradición, entendida esta como aquella que no modificara el estatus quo de bienestar de los de su clase, los únicos que habían gozado siempre de veraneos.

Los principales apoyos de Barroso venían de su entorno familiar (muy poco sospechoso de progresía) y del banco donde su padre debía un crédito de seis millones de pesetas, que a pesar de todo le hizo un préstamo para que pusiese en marcha su negocio (hoy en día lo hubiese conseguido con una ronda de financiación para una start up).

La España en la que intentaban abrirse paso cada uno de ellos era una en la que desde los apocalípticos hasta los integrados, desde los descendientes de la alta burguesía a la que le había ido muy bien en los cuarenta años anteriores hasta las dinastías artísticas con simpatías por la izquierda (a las que tampoco les había ido del todo mal) estaban de acuerdo en la idea de que era necesario un cambio. Uno que, en realidad, ya había comenzado antes incluso de la muerte de Franco, cuando el país se había abierto al turismo y a los mecanismos de la economía liberal.

La idea del cambio fue precisamente la que consiguió capitalizar el Partido Socialista Obrero Español después de no haber conseguido rebasar a UCD (una agrupación más moderada que, desde luego, no hablaba de lucha de clases) ni en las elecciones constituyentes de 1977 ni en las primeras generales, las de 1979. El PSOE, que ya había renunciado en Suresnes al marxismo, comprendió que para convencer al mayor número posible de gente tenía que dejar de dirigirse específicamente a la clase obrera para hacerlo de forma más genérica al pueblo. Su objetivo era convertirse en un partido catch-all. Si en las elecciones de 1977 los coloristas carteles de campaña creados por el dibujante José Ramón mostraban a un albañil, un pescador, una campesina y un funcionario sobre un fondo en el que se podían ver chimeneas fabriles echando humo junto al skyline de una ciudad, en las de 1979 se contemplaba ya solo un horizonte sobre el que nacían un sol y una rosa. José Ramón dibujó un paisaje prácticamente idéntico para Las verdes praderas, una película de ese mismo año dirigida por José

Luis Garci, entonces todavía un progre (de la rama que se dedica a señalar contradicciones y en el fondo ser más bien de derechas, hoy conocida como rojipardismo). El film refleja las tribulaciones de un matrimonio acomodado que ha empezado desde abajo: él (Alfredo Landa) es ahora corredor de seguros en una empresa llamada La Confianza; ella (María Casanova), su amantísima esposa, el ángel del hogar. El matrimonio se compra una casa en la sierra para ir a pasar los fines de semana solamente porque el chalet a las afueras se ha convertido ya en el máximo símbolo de estatus, la demostración definitiva de su subida en el escalafón social. El monólogo final de Alfredo Landa es una crítica a la vida suburbana que bien podría haber escrito Don DeLillo:

Quién coño me mandaría a mí meterme en La Confianza, estudiar Económicas y perder la juventud y la vista en unos libros que no valen para nada. Llevo cuarenta y dos años pensando que lo que vivía no era importante porque era como provisional, como si estuviera esperando destino. Yo creía que iba hacia una vida maravillosa, y mientras estaba en la cola esperando, pues trabajaba y estudiaba como un negro porque tenía que ser así, porque más adelante iba a llegar mi vida, mi verdadera vida. ¿Y sabes qué pasa? Pues que ya ha llegado. Y va y no me gusta. ¿Qué me espera? ¿Ocupar el puesto de don Enrique? Para él, para toda la vida. ¿Casar a los niños? Tampoco, porque para entonces tampoco se va a casar nadie. Total, tú y yo solos, vegetando todos los fines de semana en esa mierda de chalet. Todos los puentes, todas las vacaciones de Semana Santa. Arreglando la calefacción, cortando el césped, limpiando la piscina. Y un día te mueres. Y se te queda esa carita de gilipollas. Y en el último momento te dices: vamos, vamos, vamos. Porque es que te han llevado al huerto toda la vida y nunca has hecho lo que tú querías. Estudia, trabaja, échate novia, cásate, cómprate un piso, un chalet, un coche. Y trabaja como un burro para pagar las letras, el colegio de los niños, el friegaplatos, la cortadora de césped. Y te das cuenta de que has vivido para SEAT, para Philips, para Zanussi, para El Corte Inglés, para La Confianza y su puta madre.

No es que Garci fuese parte de La Movida, pero ese rechazo al camino marcado por la nueva sociedad de consumo y sus grandes fuerzas era esencialmente el mismo que residía en «Horror en el

Hipermercado», una canción en la que una alegre muchacha llamada Mari Pili entra en una gran superficie comercial a comprar para que su novio se la acabe encontrando descuartizada en un carrito.

Sin embargo, y a pesar de lo que dijesen los productos culturales de culto, la mayoría de los españoles, que habían sido adoctrinados durante cuarenta años en el familiarismo normativo y la ética del esfuerzo, sí estaban conformes con un ideal de vida que pasara por casarse, comprar un piso, un chalet, un coche, pagar las letras, el colegio de los niños, la cortadora de césped y otros muchos caprichos que se podían adquirir a plazos en El Corte Inglés. No solo eso: como Alfredo Landa en Las verdes praderas, estaban dispuestos a trabajar por ello. Pero con nuevos derechos laborales garantizados y una forma de entender el trabajo que les permitiese gozar del patrimonio de los ricos por excelencia: el ocio.

Esto era justo lo que el Partido Socialista Obrero Español comprendió que debía ofrecer a los trabajadores que ya formaban parte de la clase media y a los que aspiraban a serlo algún día precisamente gracias a «el cambio». Había que convencer a la audiencia que había vibrado con Verano Azul, la serie de Antonio Mercero (que algunos autores señalan como un producto encargado por el Gobierno de Adolfo Suárez para adoctrinar a los españoles), de que esos veraneos felices solo podía garantizarlos la socialdemocracia. Durante el franquismo se habían ido consolidado las vacaciones pagadas, pero su duración era una decisión arbitraria del empresario. Solo en 1976 se establecieron oficialmente las tres semanas. Era el PSOE el que prometía luchar por reducir la jornada laboral y convertir los treinta días en norma universal suprema. De esa manera el verano y su tiempo de asueto se convirtieron en realidad en un símbolo de lucha obrera que a la vez seguía siendo uno de estatus. Tormenta perfecta.

El último capítulo de Verano Azul se emitió en 1982. La imagen de portada del número de septiembre de ese mismo año de la revista El Socialista, la que se lanzó en el mes previo a las elecciones, fue una playa, con una tumbona en primer plano y al fondo, sobre la línea del mar, una vela de windsurf amarilla. Era una foto que casi se podía escuchar: las olas rompiendo suavemente, los gritos de niños al fondo. Solo faltaba la famosa sintonía de la serie de Mercero. En octubre,

Felipe González consiguió diez millones de votos. Es decir, le votó el 50 por ciento de la población. Su eslogan fue: «Por el cambio».

La izquierda socialdemócrata contaba en aquel momento con una ventaja que después perdería: podía vender un modelo, el del estado de bienestar, en el que la gente aún creía y que tenía referentes de éxito en otros países de Europa. El electorado no necesitaba que le convencieran de que el Estado debía intervenir en la sanidad y la educación, porque el franquismo ya había hecho ese trabajo a conciencia. Tampoco los españoles necesitaban que les explicasen que la educación funcionaba como ascensor social.

Lo bueno ahora era que, al parecer, todo se haría en un marco de libertad y laicidad y con una premisa de acceso universal, sin distinción de clases, que se proponía acabar con las redes clientelares que hoy tan alegremente se llaman networking. En efecto, lo consiguieron con la sanidad pública para todos: aunque sea una creencia muy extendida la de que el sistema actual lo creó Franco, lo cierto es que es obra de un ministro socialista, Ernest Lluch. Sin embargo, cometieron un error letal: dejar a las comunidades autónomas la libertad de transferir fondos públicos a la sanidad privada. En la educación se toparon con la Iglesia y pecaron de la misma torpeza. El número de personas que el sistema debía absorber para que cada español pudiese acceder al menos a la Educación General Básica (y después al Bachillerato) era tan grande que provisionalmente había que echar mano de las instalaciones de los colegios religiosos, que recibirían fondos públicos a cambio de sus servicios, siempre que garantizasen la libertad de cátedra y la adhesión a un programa docente básico. Aquella situación «temporal» ha llegado hasta hoy.

Gracias a eso el Estado no tenía que construir nuevos centros; por culpa de eso, el Estado no podía inmiscuirse en los idearios de los colegios cuyo sistema moral se había quedado varado en los años cincuenta. En uno de esos colegios, Paloma (nombre ficticio pero testimonio real) recuerda perfectamente que las monjas no les dejaban llevar el pelo suelto.Tampoco ponerse maquillaje. «Así que lo que hacíamos muchas era pintarnos las uñas de rojo y para que no se nos viesen decíamos que teníamos frío e íbamos con los guantes incluso dentro de clase», rememora. Pero ni siquiera en los

colegios más reaccionarios en los que con frecuencia era obligatorio el uniforme pudieron parar el terremoto que hacía temblar los patios del socialismo sin marxismo, también en los colegios públicos: el «marquismo».

El ocio de las clases medias estaba cambiando. Y comprar iba siendo cada vez más una de las principales alternativas de ocio: los jóvenes no sentían terror alguno en el supermercado. Todo lo contrario. El empleo profesional urbano crecía, la creación de la sanidad pública y las nuevas administraciones descentralizadas en las comunidades autónomas generaban un enorme número de empleos estables y relativamente bien remunerados mientras más y más mujeres se incorporaban al mercado de trabajo, lo que significó que en muchas familias empezaron a entrar dos sueldos con los que se podían pagar cursillos para deportes que antes habían estado reservados a las élites (como el esquí) y el equipamiento necesario para practicarlos. Las marcas por primera vez dirigían su publicidad específicamente a los adolescentes. Y una de esas marcas era Don Algodón. Pepe Barroso había conseguido convertir aquella tienda de siete metros cuadrados en una cadena gracias a que había capitalizado el mismo espíritu del verano que se había adueñado del país: las campañas de sus productos las vendían chicas perfectas, con melenas sedosas y figuras envidiables que parecían estar siempre de vacaciones. Se las distinguía por la ropa, sí, pero sobre todo por unos lazos mullidos multicolores con los que recogían sus largas colas de caballo. Aquellos lazos eran el resumen de una aspiración.

Poco a poco, Don Algodón fue abriendo franquicias en centros comerciales, la nueva fórmula de consumo al estilo estadounidense que había aterrizado en España. El primer mall, Baricentro, había abierto en Barcelona en 1980: 46.000 metros cuadrados de superficie donde los clientes podían pasar el día entre palmeras y fuentes a cubierto y saltar de tienda en tienda. Más tarde, en 1982, vino La Vaguada, en Madrid. El modelo se fue extendiendo por toda España, a donde llegaban marcas.

Gracias a una socialdemocracia que defendía las bondades del parque de vivienda público a la vez que la economía de mercado se estaba produciendo lo que Emmanuel Rodríguez ha llamado la

consolidación de la segunda clase media, la continuadora del legado de la primera, la del desarrollismo. Y para esta segunda clase media, la vanidad, que durante el franquismo había sido territorio adulto, era también cosa de adolescentes, casi niños. Chevignon, Liberto o El Charro, Rog Neige, Pedro Madruga, Nike, Reebok o Superga, Benetton, Swatch, Panama Jack, Mistral, Ray-Ban..., aquellos nombres propios envenenaban sueños. Como oscuros objetos de deseo, las zapatillas de deporte, las gafas de sol, los relojes de pulsera, las botas, las cazadoras, los plumíferos, los jerséis, las fragancias les hablaban directamente. Quienes vivieron aquel tiempo pueden rememorar el día exacto que hicieron una entrada triunfal en el colegio con sus primeros Levi's. O el que alguien se mofó de ellos por llevar equipamiento deportivo barato, llámese J'hayber o Rox. La competición marquista era tan evidente que en muchos colegios se convirtió en una preocupación. En el de Paloma, por ejemplo, prohibieron los lazos de Don Algodón. A ese centro precisamente, el Mater (concertado, no confundir con el Salvatoris, privado) asistía también una chica preciosa llamada Marta que al salir de clase cambiaba totalmente de look: después de echarse brillo en los labios, se enfundaba una enorme cazadora vaquera con cuello de borreguillo que se ponía encima del uniforme (un pichi de doble abotonadura de estampado Príncipe de Gales con un polo blanco y un jersey de pico azul marino). Venía a buscarla en moto de baja cilindrada un chico que tenía un grupo de rock. Ella se subía al burrito de metal justo después de sacarse la melena del coletero. Paloma y las demás niñas del Mater los miraban perderse calle arriba.

Corría 1985 y el chico de la moto era David Summers, líder de los Hombres G. Su banda estaba a punto de convertirse en uno de los grupos más populares de España gracias a una canción titulada «Sufre mamón» que se volvería un hit nacional y la primera gran obra cultural de masas donde se diría la palabra «pijo». La canción contaba cómo al bellísimo Summers le robaba la novia uno de esos especímenes.

«Pijo» era una palabra que servía para definir un estilo de vida juvenil que se parecía mucho al de los paninari italianos, los chicos y chicas de la clase alta milanesa que en los años ochenta se vestían con vaqueros a la última moda, plumíferos de colores chillones o mocasines, recorrían la

ciudad a toda velocidad en sus motos y se reunían en una hamburguesería llamada Al Panino. Los paninari españoles, es decir, los pijos, también se reunían por la tarde en hamburgueserías (en Madrid, el VIPS; en Barcelona, el Pokin's), desde donde partían hacia las discotecas de moda del extrarradio, donde hacían carreras de velocidad con sus motos o sus cochecitos. En Madrid era particularmente popular la Cuesta de las Perdices, junto a ¡Oh, Madrid!, donde las malas lenguas decían que ya empezaba a rular la cocaína a todo trapo. Se les reconocía asimismo por los vaqueros, los plumas y los mocasines. Pero, sobre todo, su sello distintivo era su forma de hablar, como impostando un acento inglés supuestamente adquirido en internados británicos: «Ssssuperguay». Ellas, que vivían en el barrio al que daba servicio el Jumbo de Chamartín, se vestían de Don Algodón y cuando querían aportar mucha credibilidad a algo decían una frase definitiva: «Te lo juro por Snoopy». Snoopy era la mascota oficial de su mundo mullido, donde no existían las aristas del mundo punk.

Lo irónico es que los Hombres G se tenían a sí mismos por miembros de ese último mundo: habían empezado a dar sus primeros conciertos en los mismos locales que los grupos de La Movida, y como Carlos García-Berlanga, David Summers era hijo de un director de cine, Manolo Summers. Sin embargo, Summers padre, a diferencia de García-Berlanga senior, nunca había sido crítico con el Régimen: su progenitor descendía de una familia de la alta burguesía andaluza con origen irlandés y había sido gobernador civil durante el franquismo. Hombres G presumían de hacer música punk, mencionaban como referentes a Te Clash, alternaban en Rock Ola, se ponían chupitas de cuero como mandaban los cánones del underground y encima se metían con los «pijos». Y sin embargo, por mucho que quisieran dárselas de salvajes, lo cierto es que su fórmula, que diluía el espíritu anarquista de los mejores grupos de La Movida, por algún misterioso motivo, daba de lleno en el corazón de las pijas. Ellas se erigieron en sus mayores fans.

David Summers era la versión «sana» de los chavales consentidos de la Cuesta de las Perdices, que se ponían pochos a farlopa, y de los punks de Malasaña, que hacían lo propio con la heroína. Ese adjetivo, «sano», no tenía nada que ver con lo healthy de hoy. Era una cualidad muy diferente, que obsesionaba a muchos padres de la época, a favor de la modernidad siempre que esta no implicase beber (los pijos bebían muchísimo pero sobre todo fumaban como carreteros), drogarse, ni

hacer nada que desafiara demasiado la vieja moral. Los Hombres G, ni quinquis ni macarras, eran unos «gamberros buenos». Y así fue como David Summers superpuso, sin querer, el mundo simbólico de Alaska con el de Pepe Barroso.

Es casi poético, pues, que el año en el que Julián Hernández de Siniestro Total sitúa la defunción oficial de La Movida fuese el mismo en el que «Sufre mamón» sonaba en todas las radios. Ocurrió en 1986, cuando los grandes representantes de la cultura underground de la capital aceptaron dinero público para viajar a Vigo, donde también había una potente escena alternativa. La idea había sido de Joaquín Leguina, entonces presidente (socialista) de la Comunidad de Madrid: él quería recuperar para sí los años gloriosos de Tierno y captar voto joven, pero le salió mal la operación. Ninguno de los que se habían apuntado al viaje (Alaska, Ouka Lele, Ana Curra, Fabio MacNamara, Los Nikis y Gabinete Caligari) eran ya tan «jóvenes» y encima durante la comida oficial con los representantes municipales Fabio McNamara le dio sin querer un botellazo en la cabeza a una funcionaria que hubo de ser trasladada al hospital para recibir puntos de sutura. Se montó un buen escándalo en una ciudad que no estaba para muchas jaranas: Vigo era una de las metrópolis que más estaba sufriendo la sangría de empleo del fin de los astilleros.

La España que estaba dibujando el PSOE ya no era un país de campesinos, pero tampoco podía serlo de obreros industriales. A finales de los setenta la OCDE había sugerido enérgicamente una «reconversión industrial» y en España esa sugerencia, que era un requisito para entrar en el mercado común europeo, se convirtió a partir de 1983 en una ley que debían ejecutar dos ministros de Economía a los que les debemos la mala prensa del adjetivo «socialdemócrata»: Miguel Boyer y Carlos Solchaga. Boyer vendió la idea de que había que hacer sacrificios (siempre los hacen los mismos) para conseguir un sector más moderno y competitivo, y como se trataba del hombre que nada más llegar a su puesto le había expropiado su gigantesco holding empresarial a un señor del Opus (Rumasa a José María Ruiz Mateos), tenía cierta credibilidad. Pero cuando le tomó el relevo Solchaga ya se vio que la simpatía hacia las voces privatizadoras, la tolerancia a los «recortes de plantilla» y la buena sintonía con los banqueros del partido obrero eran reales. Y esto sublevaba a los currantes de las zonas donde aún

quedaba altos hornos o fábricas serias (de Sestao a Cádiz) o de los barrios proletarios de las grandes ciudades (de Madrid a Sevilla pasando por Barcelona), donde a la gente se la sudaban bastante las marcas y el Rock Ola. Allí los jóvenes sobre los que se cebaban el paro, el jaco y la exclusión social se quejaban a hostias con la policía y mediante alaridos de verdadero punk proletario.

Los disturbios se fueron sucediendo en todas las zonas industriales hasta los años noventa, pero a partir de 1986, con la entrada de España en la Comunidad Económica Europa, una parte muy importante de la sociedad los miraba con cierta distancia o como un mal necesario. Además, las noticias de los desmanes de las fuerzas del orden con los trabajadores que se revolvían llegaban atenuadas porque el propio Gobierno socialista las acallaba. ¿Cómo iba a ser cierto que un partido en cuyas siglas estaba la palabra «obrero» operase en contra de los intereses de los trabajadores? ¿Cómo iba a ser verdad, por ejemplo, que el ministro del Interior, José Barrionuevo, hubiese mandado balas de goma, botes de humo, munición real, un camión blindado, tanquetas, vehículos todoterreno y helicópteros para aplastar a quinientos trabajadores armados con tirachinas a los que su empresa de forjas y aceros mandaba a la puta calle? ¿Cómo iba a ser cierto que Felipe González reprobase la violencia de los trabajadores y no la brutalidad de la Guardia Civil? Eso exactamente ocurrió en la primavera de 1987 cuando las fábricas de Reinosa (Cantabria) ardieron y los trenes de toda la cornisa cantábrica se paralizaron y la televisión pública creó un relato en el que los villanos eran los obreros. Fue antes de que llegaran los veraneantes de «toda la vida», los del distinguido norte, los que se ponen sudadera de algodón cuando refresca.

Los pijos.

El mundo simbólico de aquellos primeros pijos no tenía una carga política explícita porque tampoco los miembros de las clases altas que presumían de aquella estética se atrevían a darle esa connotación. De los muchos pactos tácitos que se cerraron en la Transición uno fue el de no-ostentación. Los miembros adinerados de las élites predemocráticas (y eso incluye a las de la Restauración) tenían cierto respeto al nuevo orden, por no decir miedo, y no

presumían públicamente de ideas en un país seducido por el nuevo socialismo. Procuraban también no presumir de su fortuna.

El primer despertar de la España que había dejado de creerse obrera pero que lo era (aunque trabajase en el sector servicios) se produjo en 1988 cuando el PSOE dejó caer que tenía preparado un plan sin fisuras para acabar con el paro juvenil: los contratos basura, que consistían en permitir a los empleadores reclutar a gente de entre dieciocho y veinticinco años por el salario mínimo interprofesional entre seis y dieciocho meses y con exenciones en las cuotas de la seguridad social para los empresarios. El año que terminó con una masiva huelga general que paralizó hasta la televisión. Alrededor de ocho millones de personas, en torno al 90 por ciento de la población ocupada, la secundó.

España, que había estado entretenida consumiendo y entregándose a una modesta pero evidente emulación pecuniaria, era entonces un poco como los Hombres G: despreciaba a los pijos pero a la vez coqueteaba con algunos de sus elementos. De hecho, algunos ingredientes de la estética pija se habían empezado a extender entre los que se consideraban «gente de izquierdas», porque sus hijos estaban atrapados en el frenesí marquista y porque además se trataba de un estilo muy pedestre, que no desentonaba con la idea de clase media. ¿Qué daño podía hacer una sudadera? Surgieron imitaciones muy simples y muy reconocibles de las prendas pijas en los mercadillos, donde los niños de provincias compraban Libertos con la etiqueta puesta en el lado equivocado, nikis con cocodrilos Lacoste con la lengua mal cosida, plumíferos mal rellenos y sudaderas con Snoopys bizcos. En esos mercadillos, claro, no vendían la fórmula secreta que da brillo a las melenas de las chicas a cuyos cuerpos bien alimentados durante generaciones se pega el bronceado de una forma especial.

Hasta la Familia Real, que parecía haber comprendido que esa clase media era el cimiento sobre el que se erigía el nuevo Estado en cuyo pináculo estaban ellos, se mimetizaba en apariencia con los gustos claramente identificables pero más bien modestos de los primeros pijos españoles (unos vaqueros costaban diez mil pesetas, es decir, sesenta euros, nada comparable, ni siquiera haciendo el cálculo inflacionario, con los mil quinientos euros de un Luisvi). Juan

Carlos I era un gamberro bueno que a veces se daba el capricho de salir con su moto, doña Sofía era fan de los relojes Swatch, Elena y Cristina, muy deportistas, iban en vaqueros. ¿Y Felipe? Siempre con polos, sudaderas y Levi's, era una especie de David Summers Borbón. Guapo, risueño, cañón. Formaban parte de la realeza pero no rompían el pacto de no-ostentación.

Cuando Paloma abandonó el Mater Salvatoris se fue a estudiar bachillerato al CEU. Ella recuerda que al pasar de nivel varió ligeramente la panoplia de objetos de deseo. «Pero no era como ahora, los bolsos caros que hacían furor, como el Amazona de Loewe, los llevaban las madres. Lo máximo que veías ostentoso entre las chicas en los años finales de bachillerato y en COU eran abrigos de piel. Solo te dabas cuenta de quién tenía mucho dinero cuando se puso de moda el Interrail y algunos iban a hoteles.» El consumo había penetrado entre la juventud, pero no el deseo de lujo, que seguía siendo un placer adulto.

Lo que sí había aparecido ya era el furor católico que unía a las pandillas en torno a actividades organizadas. Las grandes instituciones católicas conservadoras habían encontrado una forma de escapar a los programas universales promovidos por el socialismo: «Muchos vivieron en esa época una especie de revelación como la que ha tenido Tamara Falcó después. La gente iba a retiros espirituales, a campamentos cristianos...», cuenta Paloma.

En 2024 esos retiros espirituales no solo son de nuevo un fenómeno entre un cierto tipo de pijos (los cayetanos), sino también un negocio que promueve una moral conservadora y unas ideas políticas parejas. Es el caso de Effetá, «un movimiento de jóvenes para jóvenes», o de Hakuna, iniciativa fuertemente asociada al CEU, que usa los festivales de música pop para reunir a los jóvenes fieles en torno a cantantes católicos que les hacen ver cuáles son los valores correctos y cuáles los equivocados. Y los correctos no incluyen en este caso la educación y sanidad públicas.

En 2024 las sudaderas de algodón vuelven a estar de moda y a ser una señal de estatus entre los adolescentes, que ya no solo las ven como el símbolo del verano y de la buena vida, sino como la prenda que llevan los jóvenes triunfadores à la Barroso. Es el caso de Bruno Casanovas y

Alex Benlloch, fundadores de Nude Project. Ambos estudiaron en ESIC, la escuela de negocios barcelonesa cuya mascota es un perrito, Blu, que se parece a Snoopy. Su firma facturó once millones de euros en 2023 vendiendo prendas de algodón.

También en 2024, el marido y pareja artística de Alaska, Mario Vaquerizo, ha cedido su imagen a los supermercados Dia para vender natillas rockeras. Ninguno de los dos ha renunciado a su estética punk, pero ahora hacen campaña activa para las opciones políticas más conservadoras.

La beautiful people y el «habitus»: café y abrigos de piel para todos

En el Kangaroo, al lado del pabellón de Canadá, por 1.200 pelas te daban medio pollo y una jarra de cerveza que dejaba pequeño a un trofeo carranza. La basca de los noventa, perfumadita por Armani e Yves Saint Laurent, bien pagada por la manguera de la boyantía

económica y valiente hasta la condecoración para darlo todo en las trincheras del amor, recalaba en el pub de los australianos para hacer cierta la frase de la chica de Cocodrilo Dundee: «Ese cocodrilo ha estado a punto de comerme viva». Y Dundee le responde: «No

lo culpe. Yo he estado a punto de hacerlo un par de veces...».

Félix Machuca, periodista, sobre las noches de la Expo de Sevilla

Vestida con una túnica negra y con un enorme colgante de obsidiana al cuello, la peletera Elena Benarroch me enseña, en un pasillo de su casa que conecta la zona noble con la de servicio, fotos de tiempos mejores. Son de antes de que, arrasada por la crisis de 2008, se planteara cerrar su tienda y vender algunas de sus piezas de arte más preciadas (como finalmente hizo), desde un móvil de Calder auténtico hasta la mesa azul de Klein. Por eso estoy aquí esta mañana de 2011, para que me hable del futuro de sus negocios. En las paredes miramos a todos los famosos que han pasado por las legendarias fiestas celebradas en su salón. Ahí están Jean-Paul Gaultier y Almodóvar, ahí están Rossy de Palma y Bibiana, ahí están Joaquín Sabina y Chavela Vargas. Benarroch me cuenta compungida que solía alojar a esta última cuando venía a Madrid desde México, pero que en los últimos tiempos iba ya a la Residencia. Yo repongo, horrorizada: «¡¿Pero la metieron en una residencia?!», y ella, con los ojos inyectados en una furia que al parecer es muy suya me contesta: «¡La Residencia de Estudiantes, imbécil!».

Ese nimio detalle le ha hecho darse cuenta al instante de que la periodista que va a entrevistarla (en ese momento aún relativamente joven) no maneja los códigos de un determinado círculo cultural en el que se sabe que la Residencia (sin más) es el

sagrado edificio de los Altos del Hipódromo donde Lorca conoció a Juan Ramón Jiménez y que, con el fin de la Segunda República, se convirtió en un símbolo de todo lo que se perdió en la guerra. Cuando por fin consigue remontar el cabreo llama a voces a una empleada que acude presta, vestida con un batín de rayas rosas y solapas blancas. Después pregunta, mirándonos simultáneamente a ella y a mí, si quiero un café.

Elena Benarroch fue en los años ochenta y noventa la gran anfitriona de la gente cercana a los círculos de poder socialista. Su salón, como el de Aline de Romanones en el Madrid de Ava Gardner, fue el lugar donde taconeó todo el que pintó algo en la España de los nuevos vencedores. No estaba en las fotos del pasillo, pero sí mencionó varias veces a «Felipe», así, por el nombre de pila (haciendo gala del namedropping antes de que llegara este anglicismo). Se refería a Felipe González, gran amigo suyo, con quien comparte la pasión por el coleccionismo de piedras como la que colgaba de su cuello. Del salón de Elena Benarroch, cuya decoración minimalista en tonos tierra recuerda mucho a la del apartamento neoyorquino que el interiorista Peter Marino diseñó para Giorgio Armani, lleno de muebles de Peter Frank (aunque ella le dio un toque hispánico con esculturas de hierro de Martín Chirino y de su marido Adolfo Barnatán), también fueron invitados habituales los dos ministros responsables de la reconversión industrial de España. Miguel Boyer, el ministro que metió al PSOE de lleno en el liberalismo de la Escuela de Chicago, había estudiado como ella en el Liceo Francés, una institución que durante la Segunda Guerra Mundial había acogido a los franceses que huían de la ocupación alemana y a la que muchas familias madrileñas que buscan una alternativa a la educación franquista mandaron a sus hijos.

Carlos Solchaga, un economista brillante que había estudiado en el MIT cuando nadie sabía lo que era el MIT, era el sucesor de Boyer y el hombre que cuando todavía se escuchaba el fragor de los antidisturbios en las zonas obreras se atrevió a decir que España era el país de Europa donde uno podía hacerse millonario más rápidamente. Boyer y Solchaga se conocían desde principios de los años setenta, cuando ambos habían trabajado en el servicio de estudios del Banco de España, y eran los interlocutores que el socialismo había elegido para lidiar con las presiones de los clanes empresariales más poderosos del franquismo. Tenían vínculos con sus miembros porque, a diferencia de los barones

del partido con pasado proletario (¿qué vínculos con las altas esferas financieras iba a tener un electricista de los altos hornos de Vizcaya como José Luis Corcuera, ministro de Interior?), siempre se habían codeado con gente muy cercana a las verdaderas fuentes del poder económico y habían sido invitados habituales a los fines de semana en La Dehesilla, una finca privada en la sierra de Gredos en la que en los años finales del franquismo se reunían altos cargos del Estado e hijos de grandes empresarios. Boyer y Solchaga habían formado parte de esa disidencia antifranquista que existía también en las jóvenes generaciones de las buenas familias, pero al mismo tiempo siempre habían estado cerca de la sensibilidad de los que no entendían las zafiedades marxistas, porque ellos eran economistas sofisticados que sabían de ingeniería financiera. Como explicó Juan Luis Galiacho, «eran cultos, dominaban idiomas, les gustaba la pintura, coleccionaban antigüedades, escuchaban música clásica, leían filosofía, veían cine de vanguardia, practicaban la equitación y compartían el país de Egipto como vínculo de las culturas tradicionales». Controlaban eso que Pierre Bourdieu denominó en su ensayo La Distinción como «el habitus» de la gente bien. Habitus: esas actitudes, modales, guiños, gestos sutiles que «son producto de una internalización inconsciente de lo que se ve en el contexto familiar y socio-institucional (la escuela) en el que el individuo es educado en las etapas iniciales de la vida».

Elena Benarroch dominaba también el habitus: su familia, con un pasado colonial (habían hecho fortuna en Tánger) y una costumbre innata para detectar las posibilidades de negocio, la había educado para ser capaz de recibir conforme a los estándares y modales de esa burguesía acostumbrada a tener «servicio» que disfruta de los grandes placeres de la vida pero nunca dejar pasar una oportunidad de hacer caja. Ambas cosas eran posibles en aquel grupo que había conseguido reunir en torno a ella y que la prensa española denominó «beautiful people». La «beautiful» era diferente a la «jet». Los primeros, pese al anglicismo, eran mucho más castizos y, al mismo tiempo, mucho más cultos: el pensamiento, el diálogo, la reflexión, la creatividad, el talento, esas palabras eran las que les gustaba usar para justificar sus saraos. Si en la Restauración o durante el franquismo la excusa para el networking fue la caridad, en los tiempos del socialismo caviar era la posibilidad de «crear cambio», con la importantísima diferencia de que los círculos de poder al menos incluían a personas que habían sido elegidas democráticamente por los españoles. Benarroch, además, tenía un

carácter muy particular, a medio camino entre la campechanía y el esnobismo, que facilitó la extraña unión con el socialismo de pana que también había nacido en los ambientes culturetas de la Sevilla underground de los setenta y al que pertenecieron la esposa del presidente, Carmen Romero, y el vicepresidente, Alfonso Guerra. Ambos habían formado parte de grupos de teatro experimental y habían frecuentado la escena de rock progresivo que vio nacer a Smash, la segunda gran creación de Alain Milhaud (el descubridor de Los Bravos) y Oriol Regàs (fundador de Bocaccio), los dos hombres que pusieron en contacto a la Gauche Divine barcelonesa con el socialismo andaluz que acabaría dirigiendo los destinos de España.

Guerra era el que veía con peores ojos los coqueteos de algunos miembros del Consejo de Ministros con el gran poder financiero y los círculos glamurosos donde los usos y costumbres domésticos se parecían tanto a los de la derecha de toda la vida que no había forma de distinguirlos. Que se hicieran llamar «progresistas» pero comprasen obras de arte carísimas en galerías del barrio de Salamanca, les pusiesen cofia a las empleadas del hogar para distinguirlas del resto de habitantes de la casa, tuvieran el morro tan fino y les gustase mucho la ropa cara era algo que soliviantaba al vicepresidente, quien no entendía que ese universo pudiera ser compartido por defensores de la clase obrera. En ese sentido, estaba en total sintonía con los periodistas de la derecha joker (esos a los que les gusta generar caos solo por joder y que son precursores de publicaciones actuales como Periodista Digital o Te Objective) que refugiados en las revistas Ya y Época se dedicaban a desenmascarar a los socialdemócratas por, supuestamente, ser unos fariseos que predicaban las bondades de las legumbres mientras ellos comían huevas de esturión. A menudo sin fotos, solo con relatos de infiltrados, criticaban sus vidas secretas llenas de supuesto glamour.

No mentían. En la casa de Elena Benarroch más que caviar de Beluga se comía jamón ibérico servido por el mítico restaurante madrileño El Landó; y además era imposible ocultar la mercancía con la que se hizo rica y que vendió a muchas mujeres de la beautiful: los abrigos de piel, prenda históricamente asociada a las clases altas conservadoras y que ella se había propuesto resignificar. Tampoco era un secreto que la peletera era íntima amiga de Isabel Preysler, la mujer por la que el ministro Miguel Boyer, venido arriba con el eslogan «Por el cambio», decidió dejar a la reputada e

intelectual ginecóloga Elena Arnedo, que tantas tardes había pasado con él en aquella finca de la sierra de Gredos. No era aquel detalle cosa menor, pues cuando se supo la noticia oficialmente, en 1985, Boyer dimitió de su cargo como ministro. Hay quien dice que a Guerra no le hizo ninguna gracia aquel idilio. Tampoco le debió de gustar al marqués de Griñón, el hombre gracias al que Preysler tiene una hija con un título nobiliario.

Fue esta beautiful people la que se encargó de crear el imaginario aspiracional de los que habían votado socialismo y aún creían en las doctrinas de Keynes pero al mismo tiempo veían con los ojos como platos Dallas, Dinastía o Falcon Crest, series de televisión que se recreaban en el universo de los millonarios y que venían de los Estados Unidos de Ronald Reagan, donde el liberalismo estaba refundándose en su versión más ultracapitalista.

Los «pijos» de los primeros ochenta recogían los tics conservadores de las clases altas reaccionarias, pero eran jóvenes y aun relativamente inofensivos; la beautiful people, sin embargo, nacía de la intersección del viejo poder con el nuevo y era el instrumento del que se valía el socialismo para apoderarse de un capital simbólico que siempre había pertenecido a otro bando. Esto implicaba también instalarse durante el verano en zonas asociadas desde siempre a las buenas familias «de toda la vida». Elena Benarroch tenía una casa en Marbella, destino al que iba mucho antes de la llegada del socialismo. Solchaga, por ejemplo, eligió Puerto Cherry (Puerto de Santa María), una zona tradicionalmente ultraconservadora donde aún hoy fondean sus veleros las grandes fortunas bodegueras y ganaderas de Andalucía. Una noche de verano, un señor que no estaba de acuerdo con que un paisano del PSOE (esa banda de rojos) pisase el mismo suelo que él, se dedicó a insultarle durante horas (primero sutilmente y, después de varios cubatas, a voces) desde una mesa cercana. Era Gonzalo de Borbón, el hermano del primo de Juan Carlos I que se casó con una Franco y nunca consiguió reinar.

Pero el Gobierno socialista, a pesar de la percepción que tuviese Gonzalo de Borbón, estaba lejos de ser bolchevique. Y dijese lo que dijese Guerra, el Ministerio de Economía quería «reconvertir» la economía española potenciando áreas en las que creía que podía destacar. Una de ellas era la de la moda. El eco lejano de los años gloriosos del textil español, uno de los pocos sectores que de verdad

produjo algo parecido a una Revolución Industrial en este país, les hizo pensar que invertir en promoción y en una pasarela al estilo de las de París, Milán o Nueva York para que las marcas españolas mostraran sus credenciales al mundo lanzaría internacionalmente la creatividad patria. Los diseñadores del momento, con sus ideas vanguardistas, representaban una modernidad que se interpretaba como progresista de inmediato. Aunque algunos de los diseñadores que se hicieron ricos gracias a aquel boom del diseño español propiciado por los socialistas acabasen demostrando ser todo menos de izquierdas (Ágatha Ruiz de la Prada o Adolfo Domínguez, por ejemplo, están increíblemente orgullosos de ser de derechas y así lo manifiestan cada vez que pueden).

Las españolas ya podían informarse de las tendencias, palabra que también había empezado a formar parte del campo semántico de la beautiful people, gracias a que surgieron nuevas revistas como De diseño: revista ilustrada de diseño industrial (1984-1988), ELLE España (1987), Estilo (1988-1991), Marie Claire (1987) o Trapos con estilo (1986). Algunas mujeres de la beautiful people, las más cercanas al Gobierno, se vestían con moda española e incluso admitían que les hiciese de estilista y personal shopper la mismísima Benarroch. Pero las damas de los círculos con dinero viejo preferían ir a las boutiques de la ciudad donde podían encontrar firmas internacionales de renombre y así codearse con socialités casadas con los empresarios del gran poder, que iban a las hermanas Molinero, donde tenían prendas de Valentino o Yves Saint Laurent, o con las esposas de los marqueses, como Isabel Preysler, que iba a Las Tres Zetas. En los ochenta las grandes firmas del lujo multinacional que todo el mundo conoce hoy aún no tenían tienda propia en Madrid, excepto Loewe, Hermès y Chanel. En 1988 llegaría Vuitton y en 1990, Cartier, pero los artículos de estas casas eran patrimonio exclusivo de muy pocas señoras pertenecientes al «cogollito» del barrio de Salamanca y las relaciones públicas de estas firmas, la mayoría con título nobiliario, no se los vendían sin más a la que tuviese el dinero suficiente para comprarlos.

Los bolsos de alta gama y los relojazos, pues, aún no formaban parte del sueño aspiracional de las españolas. Sin embargo, los abrigos de piel, sí. Elena Benarroch consiguió resignificarlos. Por eso El Corte Inglés abrió a la altura de 1989 una línea de crédito específica para que las madres de la segunda clase media pudiesen

hacerse con uno. El abrigo de piel era el Levi's de las adultas, que para darse tono comentaban que en verano tenían que llevarlo a cámaras frigoríficas. También se «democratizaron» los diamantes: la televisión pública emitía en horarios de máxima audiencia un anuncio dirigido al público masivo que promocionaba las alianzas y anillos de compromiso con esta piedra preciosa.

La inyección de capital que supuso para las comunidades españolas la llegada de las administraciones autonómicas, dentro de aquel nuevo marco mental promovido por la Constitución que hablaba del reparto de «café para todos», dinamizó el consumo también en el resto del país. En cada región se crearon universos simbólicos de estatus muy curiosos, que con frecuencia venían refrendados por las televisiones autonómicas (también creación socialista), que los amplificaban. Esa España, que se acabaría vaciando, vivió una ilusión de prosperidad, y el marquismo adoptó formas autóctonas, adaptadas a los gustos y costumbres de los pijos de cada emplazamiento. En Coruña o Gijón tenían marcas de surf propias, como Raz, Pure o Freezed Bee. En Vigo prendas náuticas de Amura. En Pontevedra las niñas ideales iban con cárdigan de Marta Morodo, mientras que en Burgos se ponían pantalones de cuero de Ángel Peña. En Valencia tenían los vaqueros Aterrisage, mientras que en Bilbao triunfaban los SheriffBase. Esos productos se vendían en tiendas multimarca en las que para muchas adolescentes conseguir entrar con el dinero suficiente para comprar era todo un triunfo. Los jóvenes que adquirían aquellas prendas iban luego a lucirlas a discotecas pijas, que muchas veces eran franquicias de las más prestigiosas de la capital. En A Coruña, por ejemplo, hubo Pachá y Green. A ambas solían acudir el tipo de personas que seguían diciendo La Coruña.

Y así, el país llegó a los años noventa con un Gobierno de izquierdas que había vuelto a ganar en 1989 su tercera mayoría absoluta a pesar de sus amagos de traición a la clase trabajadora en el ámbito que define precisamente a esa clase: el laboral. Las huelgas habían ido dejando la herida de la decepción en los votantes. Tampoco ayudaba mucho a recuperar la fe en la causa obrera que la cultura del pelotazo propiciado por el «liberalismo socialdemócrata» hubiese acabado dando pábulo a un banquero con pinta de tiburón que iba a todas partes engominado como un Gordon Gekko

falangista. Mario Conde, un supuesto genio de las finanzas admirador de Margaret Tatcher, había logrado convertirse en una estrella nacional y eso no era un buen síntoma.

Pero muchos españoles que habían vivido en aquellas zonas que en los años cuarenta se habían considerado «infranqueables a los ideales urbanos» no olvidaban que el nuevo Gobierno les había dado la oportunidad no ya de una vida acomodada, sino de coquetear con símbolos que hasta entonces habían sido exclusivos de las clases altas-altas. Cuarenta años de clasismo no se borran tan rápido.

El punto de inflexión determinante se produjo en 1992, el año que se inauguró el índice bursátil IBEX 35. Fue también el año de la Expo y las Olimpiadas de Barcelona, la gran fiesta del felipismo: un momento histórico que también redibujó la imagen del pijo clásico de los años ochenta.

Por un lado, la Expo sirvió al Gobierno socialista para llevar la resignificación de los viejos símbolos de españolidad, patrimonio exclusivo de las grandes familias, un paso más allá. La tradicional Sevilla, predio de los Alba, refugio de los Falcó, orgullo de señoritos, fue durante unos meses una metrópoli internacional a la que llegaba un tren de alta velocidad cargado de cientos de miles de turistas. La ciudad se llenó de jóvenes más bien acomodados de todo el mundo que venían a trabajar en los pabellones que representaban a sus países. Con ellos trajeron nuevas formas de diversión que se convirtieron en moda. Fue el bar del pabellón de Australia el primero de España en el que hubo un karaoke y el primero en el que se vio a los hijos de las familias más respetables subidos a las mesas cantando «Sweet Child o'Mine».

Luego, fue el turno de Barcelona, una ciudad históricamente ninguneada por el franquismo, que gracias al acontecimiento deportivo cambió de cara, reivindicó su papel como capital creativa y se convirtió en el nodo turístico internacional que sigue siendo hoy en día. La celebración de los Juegos Olímpicos supuso un enorme empujón para un sector profesional en el que los barceloneses siempre habían sido pioneros, la publicidad. Los publicistas, desde siempre capaces de formas de sibaritismo y sofisticación exageradas, se tomaron muy en serio su pertenencia a una logia del buen gusto que se parecía mucho a la beautiful people. Uno de

ellos, el legendario Lluís Bassat, fue quien se encargó de una ceremonia inaugural en la que también se renovaron los símbolos de la españolidad. La catalanísima compañía de teatro La Fura dels Baus dejó boquiabierto a medio mundo, que la vio actuar en un estadio con el nombre de un catalanista republicano, Lluís Companys, donde no hubo casi rojigualdas. Los que ahora claman que el país se rompe cada vez que ven una senyera se hubiesen frotado las manos: el mismísimo Príncipe de Asturias encabezaba el desfile, en un gesto que representaba el apoyo definitivo de la Casa Real a aquella España. Fue una catarsis, hasta para los más fachas.

Pero luego llegó el otoño, con su melancolía. Y cuando amainó la euforia de los fastos, España tuvo que hacer frente a la que se avecinaba: una recesión económica bestial que arrasaría con el empleo juvenil y que llevaría a Felipe González a hacer lo que no se atrevió tras la huelga de 1988. Poner en marcha los contratos basura para jóvenes. No era un buen momento para que Isabel Preysler saliese en la portada de ¡Hola! junto a la hija que había tenido con el marqués de Griñón, Tamara Falcó, y la que ahora compartía con el antiguo ministro socialista presumiendo de nueva mansión en Puerta de Hierro. Pero así fue, en noviembre.

La casa de los Boyer era casi un palacio real: en sus 1.370 metros cuadrados, entre otros dislates, albergaba trece cuartos de baños, una piscina cubierta, una cancha de tenis privada y una caseta climatizada para el perro que ya le hubiese gustado a Snoopy. El escándalo fue absolutamente mayúsculo y aunque Boyer no era ministro desde 1986, aquel gesto se interpretó como indecoroso, una ruptura definitiva del pacto de no-ostentación. Toda la indignación acumulada por los coqueteos de la izquierda con las ideas de la derecha estalló justo ahí. El PSOE perdió la mayoría absoluta en 1993. Nunca hay que subestimar la fuerza simbólica aniquiladora de un chalet. Pablo Iglesias lo sabe muy bien.

K.K.K. (Kuras, Kronen y Kokaína)

Hey pijo que estás ahí|Quítate la mano de la nariz|Yo soy McRandy | Y nada bueno te va a pasar|Porque tú eres un niño de papá|Mira niño pera, vete de mi vera|Por fin me he dado cuenta de que eres un hortera|Os dan 5.000 pesetas cada día|Y os lo gastáis en cocaína|Sois tan ilusos que hasta la droga|Para vosotros está de moda.

McRandy, «¡Hey pijo!» 1990 (maxi más vendido de la historia discográfica española)

Suena música atronadora y salto todo lo que puedo rodeada de chavales mayores que hacen pogos. Intento ver entre sus cabezas el rostro del líder de una banda llamada Australian Blonde. Es 1995 y Ponferrada todavía está en el circuito de muchos grupos independientes de la escena nacional porque aún no se ha construido la A6 y la ciudad es una parada natural de camino hacia el noroeste. Este grupo, empero, ha hecho el camino inverso y ha bajado desde Gijón, donde los jóvenes de Asturias están exactamente igual que nosotros en León: perdidos en la neblina de una interminable reconversión que no acaba de convertirse en nada. Donde ellos ven las grúas del puerto marítimo de El Musel paradas, nosotros vemos cernirse sobre nuestra ciudad una gigantesca montaña de antracita acumulada ahí desde los tiempos en que el carbón era nuestro oro. Se supone que esa mole vale cinco mil millones de pesetas, pero nadie quiere comprarla ya: el carbón de otros países es mucho más barato.

La canción que suena, «Chup Chup», forma parte de la banda sonora original de Historias del Kronen, la adaptación que Montxo Armendáriz hizo en 1995 de una novela de José Ángel Mañas. Esta novela, a su vez, es una especie de adaptación española de Menos que cero, el primer título de Bret Easton Ellis, en el que el autor reconstruye el sórdido año sabático de un niño pijo antes de su entrada en la universidad: el año en el que descubre que las drogas son tan divertidas como peligrosas, que el sexo contiene una fuerza muy destructiva, que algunos de sus amigos son muy malas personas, que sus padres pasan de él totalmente (porque no todos los padres quieren a sus hijos) y que no todo el mundo es por

fuerza heterosexual (y no lo es especialmente él, el protagonista, que escribe angustiado desde dentro de un armario). Historias del Kronen lleva estas premisas a un grupo de chavales madrileños hijos de esos profesionales liberales yuppies, tan cercanos a la beautiful people, que consiguen triunfar y convertirse en clase media acomodada con una pátina de clase alta a costa de abandonar a sus hijos, a los que, para suplir su ausencia, cubren de colegios privados, guitarras eléctricas, vehículos motorizados y una muy sustanciosa paga semanal. Nada de eso evita que se transformen en unos cínicos, desapegados y cocainómanos con nula empatía que acabarán ahogando con whisky al gay de la pandilla.

Aunque los chavales que corean a mi alrededor el «Chup Chup» de Australian Blonde no se han educado en un college de Vermont, como el protagonistas de Menos que cero, ni tienen la menor idea de dónde está el puente de Juan Bravo de Madrid al que van a hacer el cafre los chicos del Kronen, su teenage angst, desabrido y nihilista, es muy parecido. Enlaza directamente con el de un cantante de Seattle llamado Kurt Cobain, cuyos lamentos, de moda en esa época, se inscriben dentro de un movimiento llamado «grunge» que está muy en sintonía con el pesimismo imperante en España, donde empiezan a demostrarse rotos los sueños de la década anterior. Tras los coloridos ochenta, en los que los miembros de las clases altas optaron por un estoicismo tan callado que hasta resultaba sospechoso mientras las clases medias procuraban no hacerse preguntas demasiado incómodas y los obreros aún tenían fe en cambiar de clase, a mediados de los noventa el país se levanta cada mañana con un escándalo desvelado por la prensa: Solchaga había especulado con activos bursátiles (caso Ibercorp), el director de la Guardia Civil había robado cuatrocientos millones a los fondos reservados (caso Roldán), Mario Conde había generado en Banesto, el banco que consiguió presidir con solo cuarenta años, un agujero patrimonial de 3.600 millones de euros. Dejó en la estacada a siete millones de clientes y sin trabajo a quince mil personas.

El periódico que perseguía todos aquellos scoops que ponían al descubierto las peores miserias del Gobierno era El Mundo. Su director, Pedro Jota Ramírez, lideraba una ofensiva informativa que respondía en teoría al legítimo derecho periodístico a llegar a la verdad y a desenmascarar los desmanes de Felipe González, quien no era el líder magnánimo que España pensaba, sino un señor que había organizado

personalmente una red ilegal para torturar y matar a personas (pertenecientes a una banda terrorista, pero personas). Fue el inicio de un estado de crispación permanente generado por unos medios conservadores que tenían intereses políticos muy claros y que ya nunca dejaron de ponerle como sufijo un -ismo con inconfundible tufo dictatorial a cada presidente socialista que ganó unas elecciones legítimamente (según ellos, de la misma forma que hubo un «franquismo», hubo un «felipismo», un «zapaterismo» y ahora, un «sanchismo»). Solo muchos años después nos enteramos, gracias a las confesiones de la exesposa del director de El Mundo, la aristócrata, empresaria y diseñadora de moda Ágatha Ruiz de la Prada (ella siempre insiste en que desciende de la nobleza más antigua del país), de que detrás de toda aquella audacia periodística había también resentimiento de clase. Pero de clase alta. Solo muchos años más tarde supimos que el mismo hombre que destapó los GAL o removió hasta la extenuación los papeles del CESID sería el mismo (y el único) que perseveraría, tras una llamada de Aznar, en que el 11M había sido obra de ETA y no lo que después se demostró que realmente había sido: terrorismo islamista.

Un hecho era impepinable: en la España de Felipe González las cifras del paro juvenil no dejaban de crecer. En el segundo semestre de 1994 la tasa era del 24 por ciento. Y bueno, Ponferrada, antiguo nodo de la industria minera, tenía la mierda al cuello. Lo que no impidió, incluso seguramente propició, que hasta a ese rincón del noroeste llegara el fenómeno de las tribus urbanas que arrasaba en toda España: en esa época muchos jóvenes que no acababan de encontrar su sitio en el feliz discurso familiarista y radicalmente heteronormativo de la primera socialdemocracia (cuyo aparato moral era, al cabo, heredero de los cuarenta años previos) y que querían escapar de la apisonadora uniformizadora del consumo de masas hallaban en las subculturas un refugio para su angustia. En Ponferrada teníamos al menos un representante de cada una, de los rockers a los góticos pasando por los punk, skas, hardcoretas o los raperos. El pegamento que unía a los miembros de cada tribu era el culto a determinada escena musical que llevaba parejos unos símbolos con mucha más carga estética que política.

No era un momento de grandes debates ideológicos: en 1992 un filósofo estadounidense llamado Francis Fukuyama había dicho que la historia, como lucha de ideologías, había terminado y que tras la

Guerra Fría en todo el mundo «desarrollado» se había impuesto una única democracia liberal que suponía el fin de las guerras y las revoluciones sangrientas. No es que las tribus estuviesen al tanto de las ideas del tío Fukuyama, pero era cierto que la adhesión inquebrantable a un tipo de peinado (por ejemplo, un flequillo), una clase de zapatos (por ejemplo, unos creepers) o un género musical (por ejemplo, el shoegaze) respondía más al deseo de pertenecer a un grupo que les diese una identidad y les hiciese sentir parte de algo que a la voluntad de poner en marcha un programa para cambiar la sociedad. Y desde ese prisma, una vez que uno decidía formar parte de uno de esos grupos, no estaba permitido mezclarse con los demás sin atender a un mapa de compatibilidades inviolable. Un mod podía codearse con un ska y un ska con un rocker, pero un rocker con un mod, jamás. Los motivos no estaban muy claros: la lógica de las tribus urbanas era consuetudinaria, no racional. Se sabía, sí, que los mods eran arrogantes «oficinistas» mientras que los rockers eran salvajes «obreros», pero, obviamente, ninguno de los veinteañeros que adoptaban estos roles era ninguna de esas cosas. Aun así, los jóvenes de la generación X estaban convencidos de que sus pintas eran una toma de posición frente al mundo, no una simple decisión de estilo. Los jóvenes de las generaciones Z y Alpha, totalmente alfabetizados ya en cultura visual, saben que las pintas solo son imagen y por eso a lo que en los años noventa fueron tribus ellos en la actualidad lo llaman «aesthetics».

No todos los jóvenes deseaban formar parte de una tribu urbana: solo los que no se sentían cómodos con lo que la cultura mainstream les ofrecía y querían sentirse especiales. Y yo quise sentirme especial haciéndome pasar por mod, cosa que no era sencilla en un mundo en el que aún no existían decenas de marcas de bajo coste que una década después vaciarían de alma los estilos de las subculturas para venderlos como una mercancía más. El plan para el sector de la moda puesto en marcha por el PSOE en los años ochenta se había demostrado ya un fracaso: las ayudas públicas se fueron a desfiles y promoción de diseñadores, pero el sector de la confección, es decir, las fábricas, no se llevó nada. Como explica Marta Rodríguez Hidalgo en Moda: los talentos de una nueva generación, a raíz de la «reconversión» en España se externalizó la producción a países con costes menores, lo que se llevó por delante a centenares de pequeñas y medianas empresas locales. De

esa forma, a principios de los noventa El Corte Inglés (Indyco), Cortefiel, Zara (Inditex) y Mango controlaban «entre un 40 y 50 por ciento del total del mercado español» pero aún con una visión totalmente generalista del público, sin una segmentación de estilos y públicos en función de sus edades, gustos y filias estéticas.

Así que yo fui a ese concierto de grunges disfrazada con verdadero vintage: una camisa de cuellos gigantes que fue de una tía, unos pantalones de cuadros que me había hecho mi abuela, un jersey de pico de poliéster adquirido en una tienda local que tenía la misma mercancía desde 1972. Parecía un Austin Powers de saldo. Un mod mucho más conseguido que yo se me acercó y me dijo: «¿Pero tú qué haces aquí, si eres una pija?». Sentí una humillación parecida a la del día que me afearon haber ido al club de tenis con una raqueta Rox, aunque a la inversa. Sabía a la perfección lo que quería decir. Él iba a un instituto público. Yo no iba a clase cada mañana con pintas de mod, sino con unos pendientes de perlas y una chaqueta Barbour que chocaban frontalmente con todo lo que este ambiente rockero representaba. Yo no era de la tribu. Yo en el fondo era una pija que iba a un colegio concertado de curas.

Los centros de educación concertados, que fueron vistos como un mal necesario en la década anterior, empezaban en ese momento a estar en el núcleo de un enconado debate iniciado por un señor que había sido presidente de Castilla y León (comunidad autónoma a la que pertenece Ponferrada) y que ahora aspiraba a derrocar a Felipe González.

Hablamos de José María Aznar.

Aznar, el hombre al que Manuel Fraga, después de aceptar que los españoles (a excepción de los gallegos) no eran capaces de perdonarle su pasado franquista, había elegido como su sucesor dentro del Partido Popular, estaba encantado con la cobertura informativa de El Mundo, por supuesto. Él se presentaba como la alternativa evidente a la era de corrupción de esos falsos socialistas que, según la narrativa que estaba consiguiendo imponerse entre la opinión pública gracias al machaque mediático iniciado ya en la época de la beautiful people, al final resultaron ser tan sibaritas como los de derechas. Aznar había propuesto varias veces en sus mítines privatizar colegios y hospitales públicos si ganaba las elecciones: ya no tenía miedo a ir a la línea de flotación del

estado de bienestar. A pesar de que la educación y la sanidad seguían siendo piedras de toque para la cohesión de la clase media. Lo demostraba el éxito de ficciones como la serie con más audiencia televisiva de la segunda mitad de los años noventa, Médico de familia, protagonizada por el siempre centrado Emilio Aragón y la bellísima Lydia Bosch. Otra serie, Colegio Mayor, no había cosechado tanto éxito, pero dejaba claro en su planteamiento que este tipo de residencias de estudiantes no se consideraban entonces lanzaderas de élites, sino patrimonio de la gente «normal». Pero al mismo tiempo, los españoles empezaban a escuchar en la voz de Aznar propuestas neoliberales acuñadas como tales por primera vez.

Las niñas con pendientes de perlas que iban a colegios de curas porque sus padres eligieron conscientemente mandarlas ahí en lugar de a colegios públicos se asociaban sin excepción con este tipo de ideas. No pintaban nada en los antros que habían creado unas subculturas que, en general y de momento, aún eran progresistas o al menos seguían considerando cool estar más cerca de las ideas de izquierdas. El hábitat natural de las chicas de colegios de curas eran las discotecas cuyos porteros hacían uso del derecho de admisión cada vez que algún cliente aparecía vestido con zapatillas de deporte. En algunas, como Pachá, los hombres tenían que ir con traje y las mujeres, solo por el hecho de serlo, entraban gratis, en una estrategia pensada para favorecer la llegada de la clientela macho. Este tipo de criterios de selección no preocupaban a las autoridades.

Preocupaban las subculturas y su supuesto nihilismo, además de sus coqueteos con drogas duras. En los ochenta el problema había sido la heroína, pero en la década de los noventa la sustancia favorita de la jet set había pasado a serlo también de muchos jóvenes. Tanto que en 1993 las televisiones emitieron en prime time un anuncio que mostraba un gusano repulsivo trepando por la fosa nasal de un hombre en dirección a su cerebro para concienciar a la población sobre los peligros del abuso de esta sustancia. La deriva de la juventud y sus hábitos nocturnos llevó al Ministerio del Interior a encargar estudios sobre las tribus urbanas: querían comprender el porqué de los fines de semanas maratonianos de pastillas de los bakalas en Valencia o las patadas con botas de puntera metálica en los bajos de Argüelles, también conocidos como bajos de Aurrerá en el Madrid de los skinheads. Estos últimos eran los que se observaban con más alarma. Los poderes públicos no tenían claro si la

simbología nazi y el discurso supremacista que estos grupos defendían eran solamente una expresión de ultraviolencia social al estilo de los drugos de La Naranja Mecánica; o si eran la recidiva de una ultraderecha que se suponía que estaba muerta y enterrada. En cualquier caso, los skins encontraron un caldo de cultivo perfecto en los fondos de los estadios de fútbol, donde la Policía Nacional (que entonces no se significaba jamás políticamente en público) los ataba en corto.

Los bakalas ya han desaparecido. Los skinheads fueron neutralizados durante un tiempo con la colaboración de los clubes de balompié. Hoy, muchos de aquellos nazis que vendían su ropa llena de símbolos ultranacionalistas en pisos ilegales en la zona de Moncloa, han salido a la luz del día sin rubor para vender su merchandising tranquilamente como «marcas patrióticas». Otros incluso han conseguido poner vallas publicitarias del tamaño de edificios para promocionar sus empresas de «seguridad». Es el caso de Desokupa.

Los informes y estudios de la época dedujeron que la tribu más inocua era la de los pijos, a los que ni siquiera consideraban una tribu, sino gente que se integraba de forma armónica con el mainstream. No se ponía el acento entonces en que los anuncios de prevención de consumo de cocaína los promovía una institución, la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, que había creado un militar de alto rango, el general Gutiérrez Mellado, tras el fallecimiento del hijo de un gran amigo por sobredosis. Porque a diferencia del jaco, propio de clases obreras, la cocaína en ese tiempo era una cosa de niños bien. La reina Sofía solía colaborar con la FAD, de hecho, por una buena razón: sabía que la madre de Isabel Sartorius, la novia Don Algodón de su hijo, tenía un problema con esta sustancia. Esto se supo veinte años después.

Los pijos no representaban una amenaza social y si se les podía clasificar como tribu era porque vestían de una forma muy reconocible. En efecto, las pijas de mediados de los años noventa eran muy identificables. El primer signo era el pelo, que siempre se teñían de rubio con mechas que las más avezadas llamaban «rayitos». El segundo eran las prendas de inspiración británica, como las Barbour, que habían invadido el mercado español con sus tonos verde botella, irremediablemente asociados a la vida en el cottage. La variante

femenina de la Barbour eran por regla general unas chaquetas acolchadas con cuellos de pana, llamadas huskies. Debajo de ellas: juegos twinset de angorina, pañuelos de seda con motivos ecuestres, la cara profusamente maquillada con pote (maquillaje líquido) y mucho polvo de sol (a ser posible Terracotta de Guerlain). Los pijos, por su lado, iban con pantalones chinos, camisas de rayas, jerséis con cuello de pico, zapatos náuticos y mocasines. Su universo estilístico era muy similar al que los había caracterizado en los ochenta, solo que ahora habían añadido nuevos deportes a la panoplia: las camisetas de manga larga de rayas bicolores del rugby se hicieron sitio en un país en que muy poca gente había jugado a eso.

Toda esta parafernalia tenía una explicación: los nuevos símbolos que habían reemplazado al mundo playero y algodonoso de la década anterior estaban inspirados en el fondo de armario de los estudiantes de la Ivy League, las ocho universidades más prestigiosas de Estados Unidos (Yale, Harvard, Columbia, Brown, Cornell, Princeton, Dartmouth y Penn State), cuyo dress code, casi inalterado desde los años treinta, era la plantilla de todos los pijos canónicos del mundo occidental. También en las pintas de los estudiantes de los colegios de élite ingleses, tipo Eton, donde no había colegial que no fuese heredero de un cottage y una gran finca.

Dicha estética venía muy acorde al estallido de universidades que se estaba produciendo en ese momento en España, porque el de los estudios superiores era uno de los campos en los que la izquierda había conseguido un triunfo indiscutible. Muchos baby boomers del franquismo no habían logrado acceder al privilegio minoritario que entonces suponía hacer una carrera, requisito que, como les habían explicado en Los chicos del Preu, era indispensable para ascender socialmente. Pero estos ahora veían como sus hijos sí lo conseguían y que siguieran esa senda se había convertido en algo casi obligatorio. Elegir un camino diferente era para los padres de una familia de clase media normativa un auténtico desprestigio (y para el hijo, la reprobación de los padres, una fuente de angustia indescriptible).

Desde el 1980 hasta el 1996 se abrieron en España diecinueve universidades públicas que llevaron la formación superior a todos los rincones del país (Navarra, Carlos III, Vigo, Coruña, Pompeu Fabra, Jaume I, Girona, Lleida, Rovira i Virgili, La Rioja, Almería,

Huelva, Jaén, Internacional de Andalucía, Burgos, Miguel Hernández, Pablo de Olavide y Politécnica de Cartagena); las que ya existían abrieron campus satélite que acercaban los birretes a las regiones de boinas. Pero como había ocurrido con la educación básica, los centros públicos no eran suficientes y el Gobierno socialista dio luz verde a la creación de las privadas. El 98 por ciento de estos centros se crearon en los noventa: Ramón Llull, Alfonso x El Sabio, Antonio de Lebrija, Europea de Madrid, Oberta de Catalunya, Católica de San Antonio, Internacional SEK, Internacional de Catalunya, Vic, Mondragón, Católica de Ávila, Camilo José Cela, Francisco de Vitoria, Cardenal Herrera, Europea Miguel de Cervantes. Incluso San Pablo CEU, hasta entonces adscrita a la Complutense, pudo independizarse. El resultado fue que aparecieron en el panorama español un enorme número de centros de formación superior nuevos dominados por la Iglesia católica o por grupos de presión neoliberales que todavía no publicitaban estas cosas de manera explícita, pero sí sugerían que con suficiente dinero, cualquiera podía tener un certificado académico.

De los nacidos entre 1986 y 1990, el 58 por ciento logró un título de bachillerato superior o más, y el 28 por ciento obtuvo un título universitario; esto es, casi un millón y medio de hogares pudieron poner en ese tiempo una orla en el salón, aquel signo de distinción del que solo habían presumido unos pocos privilegiados hasta hacía poco. Ese era un claro triunfo del «felipismo» que Aznar se empeñaba en vender como un fracaso: el CIS decía que una de las principales preocupaciones de los españoles era el paro y él les preguntaba para qué servía tanta formación en un país con unas tasas de desempleo descorazonadoras.

Los jóvenes sobradamente preparados se convirtieron en una obsesión alentada por el Partido Popular, que ya había dejado claro que a toda costa quería meter mano en el negocio de la educación, y también por las grandes corporaciones, al ser un mercado prioritario porque encarnaban la aspiración de ascenso social de las clases bajas y medias. La prueba de esto últimos es que Renault creó una campaña publicitaria en la que se dirigía a ellos para venderles el utilitario que sustituiría al Ford Fiesta por el que suspiraba David Summers: el Clio. Uno de los anuncios de la campaña lo

protagonizaba un apuesto muchacho, al que nunca habrían dejado entrar en Pachá pero con bastante pinta de pijo, que durante una entrevista de trabajo en lo que claramente parecía un bufete de abogados al estilo Garrigues se quejaba con amargura de que a pesar de hablar tres idiomas, tocar en un club de jazz por las noches y haber completado la carrera de Derecho, no conseguía un empleo. Por suerte, siempre podía encontrar consuelo en su precioso cochecito, al que se subía al abandonar triunfalmente el edificio donde acababa de cantarle las cuarenta a un señor viejo. El eslogan de la campaña era JASP (Joven Aunque Sobradamente Preparado), en un guiño claro a otro acrónimo, WASP, emparentado también con las universidades de élite estadounidenses. Los WASP son los blancos protestantes anglosajones, descendientes de los primeros británicos que colonizaron la costa este, que históricamente han ostentado el poder en Estados Unidos. Los JASP, por lo tanto, eran la élite española llamada a dirigir los destinos de la nación cuyas ilusiones se veían injustamente truncadas.

Pero las grandes corporaciones también sabían que la angustia juvenil se podía convertir en consumo y que las tribus eran un segmento de mercado no menos jugoso. Tras el éxito del Historias del Kronen, Pepsi le pidió a Australian Blonde que participaran en un anuncio de su bebida. La idea era comunicar que Pepsi era la Coca Cola «indie». Los asturianos accedieron. Aquel ardid fue concebido para llegar a los corazones de los que estaban a medio camino entre los grunges y los pijos, los indies, que en las zonas costeras con frecuencia eran surferos y en las de interior, skaters. Todos flipaban con Rage Against the Machine y los Red Hot Chilli Peppers, la respuesta producto del teenage angst a la limpia estética White Anglo-Saxon.

En el spot de Australian Blonde se podía ver a las que supuestamente eran sus madres (unas señoras de clase alta con camisas de seda y cardados) empujando los carritos de tres bebés (supuestamente los tres miembros del grupo). Mantenían la siguiente conversación:

—Bueno pues mi niño irá a la guardería Halford, que le dará acceso directo al internado Bismond para que haga la carrera diplomática en Orleans.

—Pues el mío ya es socio del club de esgrima, es la clave para entrar en la universidad de Saint Heures de París. Va a ser

procurador, ¿el tuyo no?

—El mío va a ser notario. Ya le he apuntado a latín, lenguas griegas, arameo, a judo, clases de urbanidad, informática...

La cámara pasaba a los tres rostros de los miembros del grupo en el presente gritando completamente horrorizados. Entonces arrancaban a cantar «Chup Chup», el éxito que los había hecho famosos. Fin.

No faltaron los esnobs que acusaron a la banda de haberse vendido a una multinacional y, por lo tanto, de ser pijos ellos mismos. Pero Fran Nixon, el líder de Australian Blonde, no era pijo en ningún caso. Lo cierto es que en el anuncio se burlaban de los pijos canónicos y de una sociedad (la de aquel momento) esquizofrénica que estaba atosigada por el desempleo pero también por los sueños de ascenso social y triunfo profesional. Australian Blonde se reían del mundo de yuppies al que pertenecían los padres del personaje creado por Bret Easton Ellis en Menos que cero y que a ellos les daba asco.

Los pijos, en cambio, sí querían formar parte de ese mundo y, sin saberlo, con su ropa glorificaban esos valores. Los jóvenes españoles que aspiraban a parecer de clase alta compraban las marcas internacionales que en Estados Unidos e Inglaterra habían empaquetado la estética de sus élites para venderla como un bien de consumo. Las dos más populares, Tommy Hilfiger y Ralph Lauren, se publicitaban sin complejos defendiendo valores blancos y tradicionales, es decir, WASP. En España no éramos conscientes pero los blancos anglosajones que tan limpios y ordenados parecían en ese momento excluían de su círculo a judíos, católicos, negros, asiáticos, eslavos, indios, gitanos, italianos, árabes o hispanos. Nadie asociaba la moda de las mechas rubias con lo ario. Nadie identificaba aún aquella estética como abiertamente racista. Lo era. Y de hecho todas aquellas marcas han cambiado su estrategia de comunicación, sobre todo después del Black Lives Matter. Y a nadie se le escapa ya que la exaltación del rubio tiene un significado político.

Pero en la España de aquel tiempo a nadie le preocupaba que algunos de aquellos pijos vestidos con camisas de rayas, los fines de semana, a la misma hora que otros jóvenes iban a conciertos de

música alternativa, a hacer skate a alguna U, a rimar a algún callejón o a corear himnos ultras a algún estadio de primera división, se pusiesen a cantar a voz en grito un tema de un grupo de los ochenta, los Nikis. Aquella canción, aparentemente inocua, reivindicaba el regreso de España a su gloria imperial:

Con los Austrias y con los Borbones perdimos nuestras posesiones.

Esto tiene que cambiar, nuestros nietos se merecen que la historia se repita varias veces.

Si aquellos pijos canónicos a veces levantaban el brazo en alto y gritaban «arriba España» nadie le daba mucha importancia. Quién iba a pensar que entre aquella gente tan pulcra y mona estaba el germen de la «cayeborroka».

Nuevo lujo, fútbol y despiporre

en la primera España de Tamara Falcó

Adoro a las pijas de mi ciudad|Su aroma es tan distinto Que uno se esfuerza en averiguar|El secreto de sus besos No es solo la ropa que pueden comprar|Brillan por sí mismas

Y cuando el buen tiempo las viste de estreno|Cortan el aliento No conozco a quien se resista|A su sonrisa de dentista

Van rompiendo los corazones|En sus coches de tres millones.

«Adoro a las pijas de mi ciudad», La Costa Brava, 2003

Año 1999. Un Audi TT llega a toda hostia y frena produciendo un escandaloso sonido de ruedas quemadas frente a la puerta del pub Cielo. Aníbal, un antiguo compañero del colegio de curas, baja las ventanillas para que todo el mundo pueda ver que es él quien conduce. Se forma un remolino en torno al vehículo. Aníbal ha bajado desde su pequeño pueblo de 1.300 habitantes para salir por Ponferrada, que hacia el cambio de milenio se ha convertido en una meca del ocio nocturno y un lugar de provincias donde, albricias, la población aumenta.

La reconversión por fin ha llegado.

Sobre los terrenos donde un día hubo lavaderos de carbón ahora se alzan un rancho mexicano en el que ponen tequila a raudales, un almacén algodonero con sabor a blues donde pinchan rock and roll, un espacio de ambiente caribeño donde se baila salsa y una sala de música techno con gogós.

La negra montaña de antracita es ahora una montaña blanca: en un país que en este momento está poniendo en pie una media de seiscientas mil casas al año, Ponferrada vuelve a ser la ciudad del dólar, como en los tiempos del wolframio y la minería. Aunque esta vez la materia prima que explota es el ladrillo. Allí también se construye febrilmente: rotondas y más rotondas, fuentes y más fuentes, un complejo de seiscientas viviendas entre las que se

incluye el proyecto de un rascacielos de treinta y siete pisos que será el más alto de Castilla y León, un segundo centro comercial en el que estarán representadas las grandes multinacionales del consumo y un nuevo y flamante campo de fútbol para un equipo de segunda división que se mira en una primera embriagado de megalomanía. El artífice del milagro es Ismael Álvarez, punta de lanza y orgullo del partido que por fin ha conseguido llegar al poder, el PP.

El balompié ha derivado en un delirio sideral, en el que los grandes equipos, como el Real Madrid, pagan cifras absolutamente absurdas por sus fichajes. Así llegan a España unos jovencísimos Luís Figo, Zinédine Zidane, Ronaldo (Nazário, ojo) y David Beckham. Todos ellos tienen el mismo jefe que mi amigo Aníbal, quien a sus tiernos veintitrés años gana un pastizal trabajando como jefe de no sé qué obra magna promovida por Florentino Pérez mediante su constructora ACS.

Desprendiendo un olor a feromonas que procede de un perfume específicamente concebido para generar atracción sexual y sin quitarse en ningún momento su chaqueta Belstaffde cuatro bolsillos, Aníbal entra en el pub Cielo, donde le recibimos como a un césar. Una vez en la barra, de la cartera saca dos tarjetas: la de crédito, para decir que todo el que quiera copas está invitado, y la de un club de golf del que se acaba de hacer socio porque sí.

Aníbal sabía muy bien qué parecía y ocupaba su papel de nuevo rico con un gracejo tan autoparódico que era imposible no rendirse a sus chorradas porque frisando el año 2000 aún era posible contemplar esas actitudes como algo sencillamente cómico.

A todos nos iba bastante bien, porque el año después de su primera y más rotunda victoria Aznar lo había afirmado una y otra vez: «España va bien». A pesar de que la definición de clase media es muy controvertida, aceptemos a partir de este punto la de la OCDE (ya saben, el organismo que obligó a España a la «reconversión»), que dice que pertenecen a este grupo las personas cuyos ingresos se encuentran entre el 75 por ciento y el 200 por ciento de la mediana de la población activa. Pues bien, en el año 2000 el poder adquisitivo de la clase media estuvo en su punto histórico más alto. Desde ahí empezó a descender, pero este dato se contrarrestaba con

otro: desde que el PP había llegado al poder en 1996, el paro había iniciado una senda de descenso ininterrumpido hasta el 12,8 por ciento del tercer trimestre de 2001, el momento más dulce de José María Aznar. En el ciclo de expansión económica más prolongado de la historia de la democracia (Emmanuel Rodríguez dixit) había una sensación de euforia y seguridad que tenía que ver con que, a pesar de la ofensiva neoliberal, España seguía siendo un país de propietarios cuyos hijos daban por sentado que algún día ellos lo serían también (en 1960 el 51,9 por ciento de la población tenía una vivienda en propiedad; en 1970, era el 63,4 por ciento; el máximo histórico se alcanzó en 1999, con un 86 por ciento).

A todos ellos les daba mucha paz mental la idea de acabar comprando una vivienda. Además, a pesar de la permanente cantinela de la privatización que caracterizaba a los que estaban al mando (y que fue real: entre 1996 y 2004 se privatizaron 52 empresas públicas con las que se enriquecieron, entre otros, algunos buenos amigos de José Mari), el Estado seguía haciéndose cargo de las enfermedades graves (logro de la socialdemocracia), el subsidio de desempleo (lo mismo) y la vida después de los sesenta y cinco (ídem). Aquello significó el comienzo de un rejoneo a pecho descubierto contra el estado de bienestar que en algunas comunidades, como Madrid, va ganando el neoliberalismo. Sin embargo, en aquel momento la clase media keynesiana seguía ahí, solo que ahora empezaba a tener sueños y prioridades muy diferentes, como demostraba el hecho de que muchos de los que habían votado a la izquierda votaron a la derecha. Según explica Modesto Gayo en su exhaustivo estudio cuantitativo y cualitativo Clase y política en España, el votante de clase media desde 1986 a 2000 fue haciéndose más conservador conforme fue avanzando el tiempo (siendo el periodo comprendido entre 1989 y 1993 el menos halagüeño para las opciones progresistas). También señala que, en general, el voto oscila mucho a derecha o izquierda dependiendo de lo que les pase en términos laborales a las ocupaciones de esos votantes. Es decir, por lo general, la opción política que genere empleo es la que lleva las de ganar.

Aparentemente resuelto el tema del paro y con la promesa por parte del sector bancario de que todo el mundo podía pedir un crédito para comprar una casa (para vivir), una segunda casa (como inversión) e incluso un segundo coche (el primero para los viajes largos, el segundo para los recados), el país que ahora gobernaba el

PP estaba borracho de éxito.

Solo los nubarrones del terrorismo manchaban un cielo más azul que nunca [graznan gaviotas]. Los ciudadanos mencionaban una y otra vez en la encuesta del CIS a ETA como su principal tormento. Así que la situación ponía en bandeja al Gobierno de derechas un ataque frontal y genérico a cualquier nacionalismo que no fuese español, una demonización de las nacionalidades históricas y una nueva orientación para la marca España, que consistía en redoblar el españolismo y empezar a cuestionar el sistema de las autonomías. El encaje de todos los símbolos e idiomas de un país de países que tanto se había cuidado en los últimos veinte años empezaba a resultar molesto a los que querían ser «más prácticos» (todo lo que no sea nacionalismo español suele parecerle muy impracticable a las derechas españolas).

Y así fue como tímidamente, de norte a sur, de oeste a este, allí donde se promovían grandes obras públicas y privadas empezaron a aparecer en las muñecas de algunos perfiles dinámicos banderitas rojigualdas, hasta entonces solo visibles en los mocasines más recalcitrantes de Pachá, donde en los años noventa los pijos más atrevidos iban con una moneda con el aguilucho encajada dentro de la lengüeta de los castellanos. Se promovían obras sobre todo en el este, en Levante, donde hombres fuertes del PP como Carlos Fabra, presidente de la Diputación de Castellón, construyó un megalómano aeropuerto, ruinoso y sin aviones, que tenía una estatua suya mucho antes de que ningún vuelo pudiese salir de sus pistas. Aunque también en el norte pasaban cosas inauditas, como en la Diputación de León, donde había una líder, Isabel Carrasco, con catorce puestos (uno de ellos presidenta del PP leonés) que usaba su institución para mantener un régimen de terror en toda su área de influencia. Es curioso como la derecha neoliberal repudiaba las autonomías pero daba un uso fructífero a sus instituciones provinciales.

La discreta aparición de las pulseras con banderita coincidió con el momento en el que los migrantes aparecieron por primera vez como preocupación de los españoles en una encuesta del CIS. Efectivamente, desde el año 2000 y en los diez años posteriores, España presentaba una de las mayores tasas de inmigración anual

del mundo: trabajadores de todo el orbe llegaron atraídos por el PIB de un país que crecía a un ritmo medio superior al 3,5 por ciento y querían también un trocito de felicidad. Fueron los años en los que se hablaba en términos vergonzantes del «efecto llamada» y se decía que «España está llena». Y estaba llena, sí: de (en palabras de Emmanuel Rodríguez) gente con trabajos precarios, poco remunerados y muy «flexibles» que hicieron posible el «milagro económico». Esos puestos precarios cada vez los ocupaban más mujeres o migrantes. O ambas cosas a la vez.

Eran mujeres migrantes, de hecho, las que muchas veces cuidaban a los hijos de los españolistas más preocupados. «Las chicas» que históricamente emigraban desde pueblos del interior hacia las capitales, y de las que el franquismo había hecho mofa en aquellas películas protagonizadas por la adorable Gracita Morales, hacía tiempo que venían del exterior y enseñaban a los hijos de las familias que mandaban a su prole a colegios bilingües un tercer idioma o lecciones aceleradas de cocina internacional. Los hijos de estas, sus verdaderos hijos, también hablaban varios idiomas o sabían hacer platos exóticos, pero claro, eso no causaba la admiración de los políglotas de colegio fino o de los chefs con estrella Michelin. No se hablaba de los derechos de las trabajadoras domésticas: el tema de conversación era de qué nacionalidad eran las mejores doncellas, a las que más familias contrataban como internas porque se seguían incorporando más españolas al mercado laboral (fomentando el descenso del paro tan quintaesencial para mantenerlo fuera de las preocupaciones).

Si mi amigo Aníbal presumía de cochazo cuando había empezado a trabajar en una gran corporación, no era porque fuese un hortera (que quizá también lo fuese), sino porque en las grandes empresas españolas llegar al tajo en transporte público era y sigue siendo un auténtico desdoro. El metro, el autobús, el tranvía, todos esos medios de locomoción metropolitanos que nacieron para mover grandes masas de trabajadores, suponen un tácito castigo en España, un país en el que disponer de «coche de empresa» es una gratificación.

Si mi amigo Aníbal iba vestido con una chaqueta de cuatro bolsillos de aventurero en sus salidas nocturnas no era porque esa fuese la

que llevó el Ché Guevara en sus viajes en motocicleta (que así fue: Belstafffue la marca favorita de Ernesto antes de que existiese el marketing), sino porque esa prenda era una vuelta de tuerca de la Barbour. Con ella puesta uno ya no solo parecía un fino terrateniente: el portador cobraba de inmediato aspecto de feroz capataz. Como ya se ha explicado, el poder de la moda para representar matices sociales se había sofisticado mucho en la última década del siglo xx, en la que los consumidores se fueron alfabetizando en «tendencias» y en firmas internacionales, justo cuando las españolas habían caído en desgracia.

Avanzaba, pues, la globalización también en esa industria aspiracional por excelencia, la de la moda, y se producían dos booms al mismo tiempo: el del lujo y el del prêt-à-porter de bajo coste.

El boom del lujo era responsabilidad de un empresario francés del sector inmobiliario llamado Bernard Arnault que desde finales de los años ochenta hasta el inicio del nuevo milenio había ido comprando las viejas enseñas de la alta moda tradicional francesa, todas en franca decadencia desde los setenta. Como explica Dana Tomas en su libro Deluxe: De cómo el lujo perdió su esplendor, este hombre, que en los años más socialistas de Mitterrand había abandonado Francia para hacer fortuna en Estados Unidos, regresó a su país justo a tiempo para surcar las nuevas ondas liberales. Ajeno en principio a un negocio dominado por las mismas familias durante generaciones, fue ofreciéndoles a esas dinastías prestigiosas pero decrépitas inyecciones de capital. Ocurrió con firmas como Dior o la sacrosanta Louis Vuitton, ambas cubiertas de telarañas y lastradas por resultados mediocres. La idea de Arnault era resucitarlas uniéndolas en un solo holding para aprovechar las economías de escala y poner en marcha con ellas una revolucionaria estrategia de producción, marketing y ventas cuyo objetivo era conseguir más beneficios gracias a las clases medias, cuyos universos aspiracionales llevaban siendo más que bien alimentados por la industria del entretenimiento y los medios de comunicación que reflejaban la buena vida de las clases altas desde hacía décadas. Él solo quería facilitarles el acceso a aquellos mundos con los que habían soñado.

Arnault fichó a directores creativos excéntricos y temerarios, acabó con el sistema de franquicias que hasta entonces había caracterizado al gran

lujo, abrió tiendas propias para sus marcas en las grandes avenidas comerciales del mundo, invirtió como un loco en publicidad (lo que dio pie a la formación de una nueva aristocracia periodística, la de las revistas de moda), contrató a celebrities de la industria del entretenimiento para que apareciesen en sus campañas o en el front row de sus desfiles y multiplicó la producción del artículo que daba más margen: el bolso. Como dice Dana Tomas: «A diferencia de las fragancias, los bolsos se ven y, como las Air Jordan de Nike en los adolescentes, dan a quien los lleva la oportunidad de publicitar su estatus y sus aspiraciones». En el año 2000 el objetivo de Arnault estaba más que cumplido y LVMH era ya un holding multimillonario.

Desde mediados de la década de 1990 el tamaño de las principales marcas de lujo se había ido disparando, al igual que los precios de sus acciones. En 1999, su año récord, los índices del lujo subieron un 144 por ciento. Las principales marcas, que imitaban la estrategia de LVMH, duplicaron su gasto de capital, construyeron megatiendas y convirtieron los distritos comerciales de ciudades como Nueva York, Londres, París y Milán en parques temáticos del lujo.

En España, donde este tipo de consumo había sido una cosa de marquesas y grandes damas, eso estaba a punto de cambiar gracias a las que serían las introductoras del culto masivo al bolso de marca y del nuevo bling bling: las esposas de los futbolistas millonarios. Estos adquirían rugientes bólidos y brindaban con Möet en urbanizaciones exclusivamente erigidas para ellos (como la madrileña La Finca, donde se crearon círculos) por las mismas constructoras que los había contratado. Y sus mujeres aparecían en las revistas del corazón luciendo el it bag de turno. Todavía del todo ajenas a la cuarta ola feminista, las WAG (acrónimo de Wifes and Girlfriends) eran pijas de altos vuelos presentadas por los medios de comunicación como cosas que sus maridos habían adquirido igual que todos los demás bienes. Y como aún no había redes sociales desde las que ellas pudiesen crear su propio relato, se convertían en simples objetos, anuncios caminantes de las marcas que lucían. Fue lo que le pasó a Victoria Beckham, a cuyo marido fichó el Real Madrid por veintitrés millones de euros. Ella, sin embargo, era mucho más que un objeto. Tenía una carrera propia y fue una estrella mundial incluso antes que él. Formaba parte de un grupo musical británico, las Spice Girls, que supusieron una protorrevolución

feminista: en uno de sus grandes hits, «Wannabe», reivindicaban la amistad entre mujeres antes de que se hablase de sororidad. Pero lo importante con respecto a ella aquí es que en el grupo ocupaba un rol muy especial: era la posh, es decir, la pija. Y este papel lo reivindicaba con total orgullo. En la España de David y Victoria Beckham, que te llamasen pijo seguía siendo una especie de insulto velado, pero tener un estilo pijo comenzaba a ser deseable.

El modelo de triunfador había cambiado: los yuppies de los noventa mutaron con la propia evolución de la economía, cuya financiarización ya había empezado en la era de Mario Conde pero que ahora, confirmada la defunción de la industria, era la gran alternativa del Gobierno para generar ingresos. Una economía financiarizada es, resumiendo mucho, aquella que considera cada actividad o producto intercambiado (tanto tangible como intangible) susceptible de ser un instrumento financiero o un instrumento financiero derivado. Una economía financiarizada es la que convirtió las pensiones de los abuelos de Bankia en activos que se vendían y se compraban como si fuesen acciones bursátiles.

En la España de Aznar el gran defensor de esta idea era un supuesto experto en ingeniería capitalista, el ministro de Economía, Rodrigo Rato, quien, decían, sabía hacer milagros con el dinero. Uno de ellos consistió en vender a grupos multinacionales nuestras empresas públicas (cosa que ya había hecho el PSOE, pero mucho más tímidamente) dejando siempre a algún buen amigo dentro del consejo de administración. Telefónica, que presidía un íntimo del presidente, fue una de ellas. Su venta se produjo justo en el momento en el que las operadoras de telecomunicaciones se liberalizaron para llevar a las casas el invento que iba a cambiar el mundo: internet. Eso supuso también el boom de las puntocom. La de Telefónica, Terra, una empresa que nació a finales de 1998, en un día pasó de valer 3.000 millones a 10.400 millones. Fueron también los primeros compases de los móviles, en sus inicios patrimonio exclusivo de empresarios, que lucían orgullosos sus terminales Blackberry, los primeros teléfonos inteligentes. Telefónica era, de hecho, la estrella del IBEX 35 y con ella su presidente, Juan de Villalonga, que había dejado a su mujer de toda la vida por otra, Adriana Abascal, cuarenta años más joven que él, que encarnaba a la perfección el lujo bling bling de las esposas de los futbolistas y se convirtió en una nueva estrella del ¡Hola!

Porque el ¡Hola! seguía ahí y sus nuevas rising stars eran ricas herederas que presumían de cosas muy brillantes y muy horteras, como Paris Hilton, la alocada nieta del fundador de la cadena hotelera del mismo nombre, que se paseaba por el mundo con una niña rica de Los Ángeles, Kim Kardashian, que algún día sería mucho más rica y famosa que ella. Seguía la estela de ambas Tamara Falcó, quien había pasado de celebrar cumpleaños con medias lunas de jamón y queso en el jardín de su casa de Puerta de Hierro a ser una presencia habitual en las inauguraciones de las tiendas de alta gama. También andaban por ahí los Beckham españoles, el jugador del Real Madrid Guti y su mujer, Arantxa de Benito. Ambos eran dedicados seguidores de la moda más rompedora y hacían ostentación de marcas carísimas como Jimmy Choo o DSquared, nacidas específicamente para responder a las fantasías de horteras entrañables como ellos.

No todas las wannabes españolas podían permitirse la ropa y los complementos de las WAG que se paseaban por los palcos de primera división o de las celebrities que acudían a la primera fila de las pasarelas de las marcas de Arnault, que ya recibían la cobertura mediática de los grandes acontecimientos mundiales. Muchas de ellas eran pijas que vivían en las urbanizaciones de clase media alta que iban ampliándose a las afueras de las ciudades gracias al otro sector que permitía mantener vivo «el milagro económico español»: el inmobiliario.

Pero para atender a sus necesidades estaba Amancio Ortega. El hombre que creó el prêt-à-porter capaz de imitar a las grandes pasarelas en tiempo récord. Él era el único empresario español al que la reconversión de la economía hacia el sector servicios no solo no había perjudicado, sino beneficiado. Su sistema de producción, ideado en realidad por otro tipo, José María Castellano, era una maquinaria perfecta de emulación pecuniaria. Si en sus inicios Zara ofrecía ropa femenina de tendencia a buenos precios confeccionada en Portugal o Marruecos, desde 1988 el modelo de negocio se había ido sofisticando hasta fabricar con velocidad y literalidad pasmosas unas réplicas baratas de lo que aparecía sobre las pasarelas más prestigiosas. Durante mucho tiempo se dijo que aquello era «moda española», aunque las etiquetas rezaran Made in China o Made in Bangladesh. Con el tiempo, Zara se instaló con sofisticadas flagships stores en las mismas avenidas donde Bernard Arnault y otros gigantes ponían sus tiendas. De esa manera, sus establecimientos conseguían recoger el mismo universo aspiracional de las marcas más

ridículamente caras a los precios más ridículamente bajos.

Gracias a ese círculo virtuoso lujo-fast fashion, el aspecto de las niñas bien españolas se transformó totalmente: a diferencia de las cándidas pijas de los ochenta, las nuevas pijas de los 2000 trabajaban cada viernes en conseguir un look rompedor. Su aspecto ya nada tenía que ver con el de las inocentes fans de los Hombres G. El único vestigio formal que quedaba de aquel pijismo entrañable y pacato se materializó en una marca cuyo logo era un osito y que se convirtió en fetiche de pijas de extrarradio: Tous. Las sudaderas amplias de algodón de los ochenta y las botas grunges de los noventa habían ido dando paso a tacones vertiginosos, tirantes descarados y pantalones ajustados de pata ancha con los que era más fácil ganar la simpatía del portero de la discoteca, quien seguía sin dejar pasar a los chicos que fuesen con zapatillas. Eso seguía igual que en las dos décadas anteriores.

Muy poca gente se cuestionaba aquel sexismo, de la misma forma que casi nadie se preguntaba quién o dónde se confeccionaba la ropa, aunque todo el mundo sabía dónde estaba el truco para que aquellas prendas fuesen tan baratas. A la altura de 2000, Inditex ya no era solo Zara, sino otras cinco marcas con cinco estilos diferentes para cinco tramos de edad. Gracias a eso, cualquier persona en situación precaria en aquella España de pleno empleo basura podía acudir a una entrevista de trabajo pareciendo otra cosa. Amancio Ortega y José María Castellano convirtieron la clase social en una commodity. Ninguna chica tendría que sufrir ya más porque le dijeran: «Vienes mal vestida».

Por supuesto, seguía habiendo gente muy frustrada por tener que conformarse con la versión barata del lujo: para ellos se organizaron las mafias y aparecieron manteros en el centro de todas las ciudades ofreciendo falsificaciones. La gente se acostumbró rapidísimo a que hubiese esclavos vendiendo mercancía ilegal a plena luz del día como si fuese lo más normal del mundo.

Las ingentes cantidades de dinero que se movían en circuitos que ya no eran locales sino transnacionales pusieron de moda dos nuevos perfiles juveniles: los telecos, a los que se admiraba como nuevos mesías superdotados por ser capaces de comprender por qué valían tantísimo dinero las puntocom, y los aspirantes a financieros. Las escuelas de negocios, que habían existido en España desde los años sesenta, tomaron

un nuevo impulso y con ellas un estilo muy particular: el del chavalito smart casual que va por la vida con americana. En la economía financiarizada, invertir se había convertido en tema de conversación para todo el mundo, incluidas las clases medias, que solo podían rozar ese universo pijo desde una modestísima compra de acciones que les hacía sentir parte de un mundo al que hasta entonces no habían podido acceder. Ellos fueron los antecesores de los criptobros y los asesores financieros de TikTok que en lugar de crecepelo venden la fórmula de la riqueza. Fueron también años en que ser reclutado por una consultora para trabajar dieciocho horas diarias por mil euros al mes, pero elegantemente trajeado, era visto como un privilegio. En esas consultoras muchos acabarían comprendiendo que gestionar una cartera de activos no es lo mismo que ser su propietario y que quienes de verdad mandan en finanzas jamás se compran los trajes en Zara, se los hacen a medida.

Algunas jóvenes promesas, empero, salieron de allí antes de aprender esa lección para aprender otra peor más tarde. Fue el caso de Nevenka Fernández, quien después de haber hecho un máster en auditoría por la Universidad Complutense y haber trabajado en Arthur Andersen en Madrid, llegó a Ponferrada en 1999. Iba a ser la concejala de Hacienda y gestionar un presupuesto de seis millones (de pesetas). Tenía veintiséis años. Era un híbrido perfecto de la JASP de mediados de los noventa y la joven ejecutiva de la nueva economía. Mucha gente se ponía la televisión local solo para ver las ruedas de prensa de aquella chica guapísima que iba maquillada sin complejos y vestida con elegancia desenfadada. El adjetivo que más se escuchaba para calificarla era «pija» porque venía de una consultora, porque su padre era un pizarrero (es decir, un millonario de la vieja economía industrial) y porque su cuidada imagen (pelo voluminoso con aspecto de peluquería reciente, vestidos de tubo sin mangas, sandalias con tacón, pendientes de perlas, cejas finas perfiladas con el mismo cuidado que los labios) encajaba a la perfección con un estereotipo que en esa época ya tenía irremediables connotaciones políticas.

En la España del cambio de milenio ser pijo se asociaba, directamente, con ser del PP. No era solo un prejuicio: de la misma forma que el PSOE había intentado adueñarse del imaginario simbólico de la alta burguesía franquista, el presidente de este partido había dejado todas sus vergüenzas aspiracionales al

descubierto con la boda de su hija. A él no le bastaba con el chaletazo, las vacaciones o los abrigos de piel: él quería que uno de los suyos se casara con honores dignos de un miembro de la Casa Real. Y así fue como organizó el casamiento de Ana Aznar con Alejandro Agag (otro triunfador del milagro económico) en El Escorial, el lugar donde están enterrados todos los reyes de España. Al enlace fue toda la alta sociedad española, incluidos Miguel Boyer e Isabel Preysler. Ese día Ana Aznar fue la más pija de España.

De todas maneras, el adjetivo «pija», en su variante femenina, podía asociarse con la nueva derecha liberal, pero además cobraba una connotación misógina muy dañina. Nevenka Fernández tuvo ocasión de comprobarlo cuando denunció por acoso sexual al hombre que la había contratado, el alcalde Ismael Álvarez. Hubo gente (de derechas y de izquierdas) que no se compadeció de ella. Por pija.

Esa connotación machista y cruel del adjetivo se le aplicaba también a Amaia Montero, por ejemplo, cantante de La Oreja de Van Gogh, voz indispensable del momento, mientras que a Dani Martín, pijo igualmente, se le veneraba como un machote. Su banda, El canto del loco, recogía el testigo de los Hombres G con una canción titulada «La madre de José» en la que Dani fantaseaba con acostarse con la progenitora de su mejor amigo. Lo de ser un rockerito con principios al estilo David Summers se había acabado. Aquella pose de canallita seductor coleccionista de hembras estaba de moda, igual que las regatas en el Mediterráneo (promovidas por Zaplana), los parques temáticos (de nuevo Zaplana), las discotecas con gogós, el bronceado escandaloso (Zaplana otra vez), los grandes chefs (Sergi Arola), las botellas magnum de Vega Sicilia, los chalets proyectados por Joaquín Torres y las lámparas de araña de baquelita negra. Un nuevo deporte, por cierto, había venido a reemplazar al tenis y sus raquetas. El pádel. Mucho más fácil de practicar que su hermano mayor el tenis, era un atajo para los que querían entrar por la vía rápida en el universo de las niñas de faldita blanca de los antiguos clubes.

Este deporte se convirtió en un fenómeno entre los ricos de adosado, que vivían en esos grupos residenciales donde las familias visten a sus hijos a juego y van de paseo con la interna y que gozan

de iglesia y centro comercial propio. Esos centros comerciales eran los únicos donde se seguía vendiendo bien Don Algodón. A uno de ellos, la Moraleja Green, de la urbanización del mismo nombre, llegaban todos los fines de semana, subidas en Mini Cooper, el coche de moda entre las de su clase, niñas ideales que ya no querían sudaderas sino bolsos de LVMH. Estas tenían como referente a Tamara Falcó. Ella precisamente conducía un Mini Cooper cuando se estrelló en 2005 contra el escaparate de un Starbucks. A mi amigo Aníbal, que era un hortera amante de la velocidad nunca le hubiese pasado semejante cosa. Él conducía muy bien, porque los de clase media en el fondo somos muy bienmandados.

Que vienen los hipsters

New York, I love you|But you're bringing me down|Like a rat in a cage Pulling minimum wage|Like a death of the heart|Jesus, where do I start?

But you're still the one pool|Where I'd happily drown

And oh, take me offyour mailing list|For kids who think it still exists.

«New York, I Love You But You're Bringing Me Down», LCD Soundsystem, 2007

El señor Michael Hartford (nombre inventado pero narración de hechos reales) se había ganado una reputación excelente entre la alta sociedad londinense porque en los eventos que él organizaba la decoración era siempre exquisita pero con un punto transgresor, el personal era cool pero educadísimo y la comida tenía siempre un toque intercultural aunque con una base profunda y orgullosamente británica. En el catering del impoluto y muy rubio señor Michael Hartford todos los camareros y camareras sabíamos que había algo con lo que no se jugaba: los invitados. «Es muy importante que reparen en tu existencia lo menos posible», te explicaba con acento de la Reina Madre tocándose el sello de oro con un escudo de ónice que llevaba en el dedo meñique. Ese anillito tiene un nombre, pinky ring, y es costumbre entre los miembros de la realeza británica llevarlo ahí, discreto pero evidente (el rey Carlos III tiene uno de 175 años de antigüedad). El señor Michael Hartford, sin duda, pretendía decir algo al mundo con aquel anillo. Por ejemplo, que a él no le importaba tu procedencia, tu acento, ni tu raza, siempre que fueses muy, muy educado. A la única persona a la que no le ponía cara de algo huele mal era a su esposa, inglesa también; tan cierto como que nunca había nadie entre su personal que no llegase con pintas de moderno antes de ponerse el uniforme. Michael era un rancio pero le gustaba la gente guay.

Acabé probando suerte en ese catering en el año 2008: Carlos de Inglaterra aún era solo el eterno Príncipe de Gales y yo acababa de llegar a Londres, como tantos españoles que, atraídos por su «efecto llamada», habíamos ido allí a lo largo de una década que tenía reservada una gran sorpresa como colofón. Mientras en nuestro país se hablaba con alarma de «la llegada masiva de inmigrantes», los

hijos de la clase media acomodada española aprovechábamos las ventajas que ofrecían el espacio Schengen, gracias al que los europeos podíamos movernos con absoluta libertad por cualquier país de la Unión, y las compañías aéreas de bajo coste, que habían empezado a ofrecer billetes a precios espectacularmente bajos a partir de 2002. Gracias a aquella mágica combinación, muchos se iban a trabajar una temporada al «extranjero» y traían de vuelta ideas frescas para dinamizar sus barrios proletarios, los únicos donde podían permitirse pagar el alquiler. Otros hacían escapadas de vez en cuando, con la misma intención: empaparse de cosmopolitismo para después «innovar». Y luego estaban los que, siendo ya talluditos, compraron el discurso dominante de que la «nueva economía» asociada a internet iba a pagar más a los perfiles creativos que tuviesen formación internacional y que se dejaron todos sus ahorros (porque los tenían, que es una forma de privilegio) en un máster en un país anglófono.

Esos éramos mi amigo Juan y yo. Juan era un bogotano con mucho mundo del que me hice amiga muy pronto. Él me contó mientras tomábamos unas pintas en un viejo pub que en aquel servicio de camareros en el que él mismo trabajaba pagaban muy bien la hora y recibían muy bien a los «latinos», etiqueta que en ese contexto y a ojos de los Hartford nos incluía a ambos. Aquella conversación gracias a la que conseguí mi primer trabajo como migrante first class tuvo lugar en un barrio lleno de viviendas que habían sido de protección oficial antes de los tiempos de Tatcher y antiguos edificios bajos para obreros victorianos donde hasta no hace mucho solo vivían paquistaníes. El barrio se llama Hackney y hoy está totalmente irreconocible.

En la década de los 2000 muchos jóvenes estaban desplazando a la población local porque podían permitirse pagar alquileres mucho más altos que los migrantes de clase baja, de manera que los caseros y grandes tenedores se aprovechaban de la situación y acababan expulsando sin piedad a los inquilinos que habían llegado cuarenta años atrás con las maletas llenas de sueños (¿les suena de algo?). Estos jóvenes no eran exactamente una tribu urbana, porque a la altura de 2004 las tribus urbanas estaban en vías de extinción y ya eran muy escasos los jóvenes que militaban en una. A esa minoría pertenecía precisamente la progenie de José Luis Rodríguez Zapatero, el presidente español cuyas dos hijas fueron vestidas de

góticas a la cita familiar con el presidente Obama en la Casa Blanca. Aquel gesto de inmenso amor paternal (en forma de aceptación plena) fue un auténtico escándalo internacional que solo supuso la confirmación de que España había entrado ya de lleno en la era de la guerras culturales: esa estrategia de polarización política típica (inventada por Otto von Bismarck, el tío de Gunilla, en el siglo xix, pero perfeccionada por Trump y acólitos como Steve Bannon en el xxi) que consiste en jugar con los símbolos que representan valores morales profundamente arraigados y que implican conflicto entre aquellos que se consideran conservadores y los que se consideran progresistas (¿cabe alguna duda de que abrazar la identidad escogida por los vástagos, por muy estrafalaria que sea, es una actitud progresista?).

Zapatero, que llegó al poder en España en 2004 a pesar de la escalofriante maniobra que sus oponentes pusieron en marcha para impedirlo (inventarse que el atentado del 11M había sido obra de ETA), fue un presidente cuya primera legislatura se caracterizó por las reformas para la defensa de derechos civiles y humanos, los más susceptibles de ser utilizados en una guerra cultural. De este presidente es el reconocimiento del matrimonio homosexual, la ley del divorcio exprés, la de igualdad (que allanó el camino a Irene Montero) y la de Memoria Histórica (que acabaría permitiendo a Sánchez sacar a Franco del Valle de los Caídos). Suya fue la idea de crear una asignatura en los colegios llamada «educación para la ciudadanía», que consistía en inculcar principios esenciales de convivencia y que la Iglesia católica interpretó como un ataque de «laicidad radical» (efectivamente lo era). Suyo es el mérito de haber regularizado los papeles de 700.000 migrantes que gracias a él pudieron empezar a trabajar en España con tranquilidad. Suyas fueron, en definitiva, las iniciativas que metían el dedo en todas las llagas de la moral y prejuicios nacionalcatólicos que aún formaban parte de la educación emocional de los españoles, independientemente de su signo político e incluso de su edad.

Fue en esa España en la que irrumpieron los hipsters, como lo habían hecho en el resto del mundo, jóvenes seguidores de una corriente sobre todo estética pero con ciertas pinceladas éticas que empezó como movimiento contracultural, motivo por el que durante un tiempo se les consideró una nueva tribu urbana. Las

pintas eran como sigue: ellos, pantalones pitillos remangados, camisas con estampados retro, camisetas de grupos de los setenta y películas de los ochenta, chaquetas de cuero con mitones, sombreros de ala pequeña, zapatillas de loneta con suelo de goma (se llaman plimsoles y son como las muy españolas Victoria), calcetines blancos y, casi siempre, mucho pelo facial, con especial protagonismo del bigote y la barba. Ellas, chupas de cuero, chalecos de abuelo, camisas de estampados florales, abriguitos con toque infantil, vestidos con chorreras, botas altas sin medias (este detalle es muy importante), broches y pulseras de baquelita y, casi siempre, flequillo. El complemento habitual eran gafas con monturas de carey o de pasta de colores. Las pertenencias las transportaban, sin distinción de género, en bolsas de tela. Todos tenían ya móviles, instrumento de comunicación que se había convertido en un básico de la vida urbana, y un perfil de Facebook, un invento nuevo llamado «red social», en el que subían fotos de sus vidas llenas de instantes pintorescos que les permitían mostrar al mundo lo bien que lo pasaban.

Todos estaban secretamente unidos por unos gustos comunes que consideraban extraordinarios y superiores a los de la gente «normal»: pasión por locales antiquísimos con un innegable punto sórdido o establecimientos nuevos de gusto retro que apestaban a cerveza tostada; predilección por géneros musicales alternativos (el canon occidental era preferente, pero los sonidos africanos gozaban de gran predicamento); glorificación del universo simbólico rural (sobre todo de las gorras de tractores) que relacionaban con una vida más pura y auténtica que la del corrupto mundo contemporáneo; preferencia por la alimentación ecológica y de producción local; adopción de la bicicleta como medio de transporte y consumo compulsivo de antigüedades (lo que significaba que por lo general vestían en tiendas de segunda mano). Algunos fumaban en pipa. Primero literalmente, luego, como veremos, metafóricamente. Si alguien nos hubiese visto a mi amigo Juan y a mí aquella tarde en un pub londinense no hubiese tenido duda a la hora de describirnos: hipsters.

Quizá porque son dos versiones de la misma cosa, a la palabra «hipster» le pasa igual que a «pijo»: nadie ha podido definirla con absoluta precisión. Ni siquiera Mark Greif, el intelectual, ensayista y fundador de

N+1 (la revista más hipster de la Tierra), después de escribir varios ensayos, artículos y compilaciones sobre el tema, fue capaz. En ¿Qué fue «lo hipster»?, su tratado más conocido sobre el tema, expone que el hipsterismo fue una especie de respuesta cultural de los hijos de las clases acomodadas ante su pérdida de estatus. Según Greif, los hipsters eran chavales que aunque no tuviesen mucho dinero poseían una titulación, la preparación ganada en la universidad para apreciar y extraer conclusiones a partir de pequeñas diferencias y hechos, la capacidad de conocer los códigos culturales y utilizarlos. «Aunque estos jóvenes hayan perdido de forma temporal el poder y el auténtico capital característico de su clase social (el dinero), tienen recursos para activar su capital cultural.» ¿Y dónde lo activaban? En los barrios pobres (o simplemente menos caros) de las ciudades a los que se mudaban y donde a pesar de todo se podían asomar de vez en cuando a los usos y costumbres de los barrios de clases altas, donde se acababan gastando dinero con la confianza que da saberse con una red de seguridad, al menos en algún otro lugar del mundo. Que es lo que hacíamos mi amigo Juan y yo cuando íbamos a trabajar al catering del señor Hartford. Aquella forma de actuar era el germen del dominó gentrificador que arrasa hoy todas las capitales de Europa, donde las clases superiores son comecocos inmobiliarios de las inferiores, a las que, escudadas tras entes anónimos llamados «grupos de inversión», arrebatan sus casas para convertirlas en apartamentos disponibles en Airbnb o para venderlas y alquilarlas a precios absolutamente inaccesibles para las horquillas salariales medias.

Integrarse en lo hipster concedía un superpoder. El de formar parte de algo que se parecía mucho a una clase social propia: lo hipster era otra burbuja, esta de precariedad perfectamente controlada, donde nadie era capaz de distinguir al que solo compraba cosas usadas por principios del que lo hacía porque no tenía un duro. En aquella burbuja, que era idéntica en Londres o en Barcelona (a Madrid llegó con ligero retraso), convivir en un piso con cinco personas y decorarlo con los muebles más baratos de Ikea, un cartel robado de un antiguo ultramarinos, un neón, muchas plantas de interior y unos cuantos lienzos mal pintados por una amiga llamada Deborah que estudiaba en una escuela de arte o de interpretación era identificado como el summum de la modernidad y no como un camino hacia la pobreza. Lo hipster era de alguna forma también una reacción a la fuerza uniformizadora de las multinacionales; muchos de los jóvenes que se adherían a esta estética procedían de

movimientos antiglobalización o sentían total simpatía por ellos y se identificaban más con ideologías de izquierdas que con ninguna otra. De hecho, solían tener abrumadores conocimientos sobre materialismo histórico, motivo por el que rechazaban los productos masivos del «capital».

Con todas esas premisas era muy difícil saber quién iba a trabajar al catering porque de verdad necesitaba para comer aquellas veinte libras a la hora y quién lo hacía por sacar un dinerillo. Los hipsters desconocíamos que entre nosotros había de todo: la iraní cuyo padre era dueño del monopolio de azafrán en su país, el irlandés hijo de un albañil que estaba aprovechando una beca, el francés hijo de egipcios cuyo padre era propietario de todos los McDonald's de París, el colombiano cuya madre regentaba una gasolinera en Bogotá, el actor procedente de un pueblo italiano que llevaba una década de bailarín de musicales, la española criada por un empleado de banca y una recepcionista que había ahorrado para hacer un máster (sí, esa soy yo). Sin embargo, lo hipster uniformizaba. Era hermoso, la verdad. Aprendíamos los unos de los otros y poníamos por encima nuestras ganas de amalgamarnos en un ambiente cosmopolita e igualador donde creíamos estar dando rienda suelta a nuestras pulsiones creativas, con la certeza tácita de que aquella experiencia en algún momento nos llevaría a vivir mejor. Ninguno sabía en ese momento quién acabaría siendo una relaciones públicas de altos vuelos, quién montaría una start up ruinosa y quién terminaría en una oficina gris. Y si de pronto arreciaba el miedo a un futuro incierto o la evidencia de que no todos acabaríamos igual de bien, siempre podíamos tirar de ironía, la cualidad definitiva que redondeaba el retrato del hipster.

La ironía era la herramienta que permitía a los jóvenes de aquella tribu (que tenían mucha formación) reivindicar de forma sabihonda cosas tradicionalmente denostadas por la «gente culta», como, por ejemplo, Glenn Medeiros o Michael Bolton. También era el recurso que se usaba para satirizar lo políticamente incorrecto, desde el nazismo hasta la miseria. No es extraño que en ese ambiente uno de los locales de moda en Hackney se llamase A Favela y reprodujese en su interior de forma fiel la «decoración» de las infraviviendas de Río de Janeiro. Pero para quien quisiera enterarse de quién era quién, siempre había maneras: bucear en las profundidades del perfil de Facebook del nuevo amigo era una de las más sencillas. Luego estaban las sutiles. El que algún día de

la semana invitaba a cenar en su apartamento y el apartamento resultaba ser un loft con cuadros de Pollock no era clase obrera ni media. El que había probado alguna vez en su vida los ingredientes que iban a comer nuestros elegantes invitados y que el señor Hartford nos explicaba con pormenorizado detalle antes de empezar la jornada con seguridad nunca había pasado por dificultades serias: «Hoy tenemos bresaola de buey de Wagyu criado en Devonshire sobre croûton de pan de cerveza bañado en curd de queso de cabra y perlas de aceto balsámico, vieiras escocesas con mantequilla de alcaparra naranja, arroz verde con berenjena gratinada, chuletillas de cordero de Cornualles con miso, pollo de los Cotswolds con gnocchi veganos de estragón y barquillos de roast beef aderezados con abundante salsa». Se nos hacía la boca agua escuchando aquella minuta que ya contenía ciertas trazas ultranacionalistas. Pero de momento el Brexit estaba lejos y a Michael le seguía compensando que vinieran trabajadores de toda Europa (y overseas) a hacer un trabajo muy llevadero que, sin embargo, pocos ingleses querían. Cuando terminaba el servicio nos hacían tirar toda la deliciosa comida que había sobrado en gigantes bolsas de basura negras para después hacernos entrega de un sándwich del Pret A Manger. Esa era nuestra cena.

El negocio del señor Hartford era una manera fácil y muy pintona de entrar en ambientes sofisticados de gente muy adinerada (coleccionistas y mecenas de arte, diseñadores de moda, afamados publicistas, empresarios de la comunicación, grandes financieros con interés por las industrias creativas) con los que secretamente los hipsters querían mezclarse. Y a veces funcionaba: en los saraos de las industrias creativas había gente dispuesta a convertirte en el +1 de su fiesta privada en un almacén secreto en la zona portuaria. Porque los ricos que hacían aquellas fiestas también usaban la ironía para generar contrastes «divertidos» y por eso aceptaban a gente con pinta de venir de barrios «efervescentes» y «multiculturales».

No es extraño, pues, que muchos viejos hipsters hayan acabado siendo recalcitrantes rojipardos o incluso ideólogos de extrema derecha: el movimiento antiglobalización, mal gestionado, puede convertirse en ultranacionalismo; la glorificación del pasado o lo rural puede desembocar en posturas reaccionarias; la continua exposición a universos inalcanzables puede convertirse en profunda

amargura. Los hipsters, sobre todo los europeos, desde la relativa comodidad que les daba haber crecido en países con servicios mínimos garantizados, una cierta cobertura social y la promesa de una vivienda en propiedad en el horizonte, estaban alimentando fantasías que luego no iban a poder satisfacer.

Por eso para ellos la ironía era también una estrategia de negación inconsciente de la que se venía encima, que era la caída de Lehman Brothers. En España, aquello supuso el largamente anunciado estallido de la burbuja inmobiliaria. Durante la primera legislatura de Zapatero, en 2006 en concreto, el país alcanzó el récord de construcción. En ese año se iniciaron más viviendas solo en suelo español que las iniciadas por Alemania, Italia, Francia y Reino Unido juntas. 762.540. Todo el mundo sabía que aquello era insostenible. El derrumbe de todo el sistema financiero internacional, en un país como el nuestro que vivía esencialmente de hacer guarrerías con el mercado de la vivienda, significó una caída de los ingresos del 20,5 por ciento entre 2007 y 2010, de manera que las palabras prima de riesgo, representación numérica de la deuda con respecto a Europa, se convirtieron en un mantra que atormentaba a los españoles. Entre otras cosas, el Estado tuvo que rescatar a las cajas de ahorros, que se habían convertido en algo muy parecido a bancos y habían estado jugando con «activos financieros» asociados al ladrillo a la vez que el paro subía y subía. Llegó a superar el 20 por cierto.

Zapatero, que a toda costa quería evitar el rescate al que habían sucumbido los países a los que elegantemente se etiquetó como PIGS (no hace falta haber ido a Londres para saber que significa «cerdos», pero es innegable la irónica carambola del acrónimo de Portugal, Italia, Grecia y Spain), acabó aceptando las «reformas estructurales» que Europa le pedía. Y esas «reformas estructurales» (cuanto más genérico es el eufemismo, más miedo da) suponía meter mano a las pensiones, a la negociación colectiva entre patronal y sindicatos y a las condiciones de trabajo. Resumiendo: todo lo que en teoría un Gobierno socialista no hace. Con ese percal, las mejoras en los derechos civiles de la primera etapa palidecían. Y ahora que ese caballo del Apocalipsis llamado desempleo volvía a rondar por España, no faltaba entre la derecha quien le reprochase aún haber regularizado a tanto «inmigrante».

Sin embargo, Zapatero, en cierta manera también un corazón hipster, insistía en la creación de lo que llamaba «una economía sostenible» para regenerar el arrasado tejido económico de un país que no sabía por dónde se andaba y al que fuerzas capitalistas mayores no paraban de putear.

En ese modelo de desarrollo que se proponía como alternativa era importantísimo algo tan etéreo como el I+D+I (investigación, desarrollo e innovación), que en este momento se aplicaba a cualquier negocio que fuese «innovador». Todo lo innovador parecía en ese momento digno de subvenciones por parte de la misma Europa que nos había obligado al austericidio. La innovación era desde luego pareja natural de lo hipster y propició el nacimiento de negocios muy interesantes y bienintencionados que resucitaban viejos oficios en remotos enclaves rurales. De Menorca a Santa María del Páramo, de Sevilla a Madrid, renacían fábricas de cervezas, de quesos, de pan. Con la promesa de la mejoría en las condiciones de vida, una generación de jóvenes (los millennials) estuvo dispuesta a creerse que en el mundo de las multinacionales era posible ganarse la vida montando un colmado y que trabajar como autónomo en locales llenos de pintadas molonas llamados «coworkings» podía tener su gracia. No tardaron mucho en comprender, sin embargo, que ese modelo económico resultaba ventajoso para los que tenían el capital inicial para invertir o el colchón de seguridad que supone tener padres ricos y que el estallido de la burbuja no solo había supuesto el arrase de la economía española, sino el fin de muchos sueños, entre ellos el de la vivienda propia, que para las generaciones precedentes había sido un a priori. Entonces, un filósofo francés llamado Stéphane Hessel escribió un panfleto titulado ¡Indignaos! que se convirtió en fenómeno global. Ahí fue cuando cada uno de verdad fue consciente de su lugar en el espectro social.

El señor Michael Hartford, sin embargo, siempre tuvo muy claro a qué clase pertenecía, y no era a la de sus trabajadores.

Antes de empezar la jornada laboral nos hacía, con un tono intimidante que rozaba lo castrense, un briefing en el que quedaba clara la posición y cometido de cada uno, además de la composición de los canapés que íbamos a ofrecer. Yo me estrené en uno de los eventos más importantes de la escena artística londinense, la inauguración de la obra provisional que se encarga todos los años a algún artista contemporáneo emergente

(adjetivo que aplica a aquellos que aspiran a acabar vendiendo su obra por precios equivalentes al PIB de algunos países) en la Serpentine Gallery en los jardines de Kensington en Hyde Park. A mí en aquel primer día de trabajo, vaya por Dios, me tocó repartir unos barquillos de roast beef rebosantes de gravy (esa salsa marrón y espesa que parece brea). Con una destreza propia de Mr. Bean me movía entre los invitados mientras los barquillos navegaban una fuerte marejada sobre mis bandejas, que eran unas tablas de pizarra sin bordes. El esfuerzo psicotécnico que me suponía intentar no dar de bruces con algún invitado y a la vez vigilar que no se cayeran los barquillos no me impidió darme cuenta de que la consigna de dress code del día sin duda debía de ser el blanco, cosa que me puso aún más en guardia. Entonces, el señor Hartford, que me estaba observando con interés, se me acercó, tal vez para reprenderme por mi torpeza. Pero no le dio tiempo. Del susto le tiré encima todos los canapés con su gravy. Le dejé la chaqueta blanca cruzada de seis botones que llevaba puesta como un cuadro de Pollock. Me llevé un buen disgusto, pero la verdad es que yo, a diferencia de algunos compañeros, no necesitaba aquel trabajo para comer.

Con el tiempo, lo hipster, aquel prometedor fenómeno alternativo nacido en ciudades con cierta tradición underground (de Nueva York a Barcelona) que como cuenta Mark Grief llegó hasta los rincones del globo más inesperados (de Lima a Sudáfrica) fue devorado por la misma máquina globalizadora que había convertido todas las avenidas comerciales del mundo en el mismo boulevard. La globalización vomitó lo hipster en forma de camisas hawaianas fabricadas en Pakistán por los primos de los que no habían podido emigrar a Londres. Y lo hipster invadió el mundo simbólico de los antiguos pijos peperos de americana y camisa: lo guay ahora era asociarse también a la economía que venía, la de las start ups y los emprendedores bohemios, gente que disponía del capital inversor del que carecían las clases inferiores y a la que le fue muy bien con sus negocios. Antiguos niños bien y veteranos indies se dejaban crecer barbas por doquier y ya no había manera de distinguir a unos de otros. Hasta el hijo de Luis Bárcenas se acabó poniendo camisas hawaianas y M. Rajoy apareció haciendo campaña con uno de ellos en aquellas elecciones en las que arrasó a Zapatero. Tanto pelo no dejaba ver el bosque ni las verdaderas intenciones de cada uno. Aunque al final todo se acaba sabiendo.

Los pijilocos: una aventura con David de Rothschild

En su delicioso libro Gente de orden, el periodista catalán Cristian Segura traza un retrato costumbrista de las clases altas barcelonesas, donde abundan las dinastías industriales. En dicho título el autor se refiere al alma descarriada que existe en todas las grandes familias como «pijiloco». No da nombres propios pero ofrece algunas pinceladas que enseguida orientan la brújula: el «pijiloco» es el hijo bohemio que se siente iluminado por designios superiores y que decide salirse de la tradición sobre la que se sustenta el pecunio y el prestigio de su saga (con frecuencia solo para joder a sus padres). Obviamente, y por motivos patriarcales, es mucho más habitual encontrar en las familias bien «pijilocos» que «pijilocas», puesto que un hombre que hace el oso goloso siempre es menos cuestionado que una mujer excéntrica.

Y sin embargo es de justicia decir que cuando hay mucha seguridad financiera o mucho poder, los rígidos roles de género y las reglas morales que se aplican al resto del vulgo se relajan, porque los muy muy ricos o muy muy poderosos saben de sobra que la mayoría de las cosas que la clase media considera inmorales o indecorosas solo responden a sistemas de control creados por los que están arriba para impedir que otros suban. De manera que, discretamente, son mucho más laxos consigo mismos y los suyos.

Así, por ejemplo, a pesar de lo mal visto que estaba en su tiempo que una mujer se dedicase a practicar deportes de forma competitiva, Lilí Álvarez pudo entregar su existencia al tenis y, pese a que jamás cobró por practicarlo, nadie le impidió disfrutar de la raqueta. Gunilla von Bismarck, como hemos visto en episodios previos, pudo llevar la vida más disoluta y viciosa aún en pleno franquismo. ¿Por qué? Porque era pijiloca. En la familia real española, por ejemplo, está el caso de Irene de Grecia, la hermana soltera, sin hijos y seguidora del hinduismo de la reina Sofía, cuyas preferencias vitales son tan anómalas que sus seres queridos la conocen como tía Pecu, siendo «Pecu» el diminutivo de peculiar. Es peculiar, sin duda, ser hermana de la reina de España y montar una ONG para mandar a la India vacas españolas condenadas al sacrificio por la Unión Europea. Y, no obstante, ese fue durante un tiempo uno de los empeños de Irene de Grecia. Nadie se opuso a él.

Existen pijos en todas las horquillas del espectro social. Sin embargo, no cualquiera puede ser pijiloco. La actitud desafiante, incluso temeraria que exige el pijiloquismo solo está al alcance de los que dan por sentadas la estabilidad financiera y la seguridad de su entorno porque no han vivido jamás otra cosa. Lo que quiere decir que el pijiloquismo es una cosa más bien propia del «dinero viejo».

El dinero viejo es aquel que permanece suficiente tiempo en manos de los mismos beneficiarios| titulares como para que estos poco a poco lo vayan «estructurando» en diferentes ramas mediante banca privada en SICAV, fondos de inversión y paraísos fiscales. Todos esos términos que jamás formarán parte del léxico familiar de la clase media (ni siquiera de la clase media alta, ni de toda la alta) son los que mantienen unidos a los miembros de las familias que perpetúan generación tras generación su poder. Ahí es donde brotan los pijilocos puros, porque tienen ese tipo de fortuna (la que cuenta con sólida estructura, pasado y futuro), que es la que les posibilita entregarse con absoluta tranquilidad a las actividades más retadoras, al ocio más absurdo o a las iniciativas más extrañas.

Hay dos tipos de pijilocos: los apocalípticos y los integrados. Los integrados son aquellos que se caracterizan por crear escándalo público, pero siempre mediante actividades que simplemente exacerban los privilegios propios de los de su clase. A estos se les denomina también a menudo enfants terribles.

Ejemplo de pijiloco integrado fue Gianni Agnelli, el famoso Avvocato, quien heredó de su abuelo la FIAT y antes de tomarse el negocio en serio se dedicó a ser un playboy amante de los bólidos, la cocaína y el fútbol (él inauguró la plutocipotuda costumbre de comprar equipos de fútbol para comprar así también voluntades). En una ocasión dijo que quería que su epitafio fuera: «Aquí yace Gianni Agnelli. Menuda pérdida de tiempo y dinero». Continuó la estela pijiloca integrada su nieto, Lapo Elkann, quien durante un tiempo y gracias a la recomendación de su abuelo fue asistente personal de Henry Kissinger, el diplomático más belicoso de la historia de Estados Unidos. «Sentó cabeza» metiéndose en el consejo de administración de Ferrari y casándose con Joana Lemos, una piloto de Fórmula 1 portuguesa, no sin antes haber fingido un secuestro que en realidad fueron varias noches de drogas y alcohol en

compañía de una trabajadora sexual. Curiosamente, a los miembros de las clases sociales que no tienen nada que perder (ni dinero ni honor) también se la traen al pairo los sistemas morales y los castigos divinos (desconozco por completo si era el caso de la acompañante de Elkann).

Los pijilocos apocalípticos son diferentes. Estos son los que desafían el sistema de valores familiares defendiendo exactamente todo lo opuesto a lo que estos representan. En el ámbito internacional, un buen ejemplo sería el príncipe Harry. La tía Pecu es, a su manera, una pijiloca apocalítpica también.

En España, uno de los pijilocos apocalípticos más mediáticos fue Pocholo Martínez-Bordiú, el Franco bohemio que no iba a ninguna parte sin su mochila y que con su media melena rubia se entregó a la vida disoluta en Ibiza. No sabemos cuánto dinero tenía Pocholo cuando se convirtió en un personaje público, pero la fortuna de su familia es un esquema societario valorado en cien millones de euros.

Existe una variante de pijiloco apocalíptico muy típica: la del aventurero viajero y activista. El representante ibérico más notable de dicha modalidad seguramente sea Kitín Muñoz. Este hijo de un capitán del Ejército español en Marruecos se emparentó con la familia real búlgara al casarse con Kalina, la excéntrica hija de Simeón, rey de Bulgaria. Kitín fue militar él también durante un tiempo, hasta que abandonó su carrera castrense para volverse pacifista, defender los derechos de los aborígenes en todo el mundo y convertirse en Embajador de Buena Voluntad de la UNESCO. Inspirado por el explorador noruego Tor Heyerdahl, quien en los años sesenta se empeñó en atravesar el Pacífico en una balsa hecha de troncos llamada Kontiki, Muñoz intentó cruzar el Pacífico con una embarcación de las mismas características en tres ocasiones. Fracasó en dos de ellas.

La primera vez que yo atravesé un océano fue en 2009, el año después del derrumbe de Lehman Brothers y del estallido de la burbuja inmobiliaria en España. Ocurrió precisamente gracias a un pijiloco aventurero. No hice esa travesía en balsa, sino en avión. Y en ese avión disfruté, también por primera vez, de la clase superior. En aquel momento, en el que gracias a las low cost casi cualquier ciudadano del mundo había cogido alguna vez un avión, el imaginario aspiracional de

la primera clase había pasado a formar parte del juego de la emulación pecuniaria y alguna gente de clase media alta ya presumía de tener carnet de puntos con privilegios preferentes en compañías aéreas para hacer ver que formaba parte de una cierta élite. Hasta las compañías de autobuses habían creado servicios premium para concederles a los ciudadanos el capricho de esa sensación de superioridad.

El pijiloco que me había concedido temporalmente el privilegio de tener espacio en cabina se llamaba David Mayer de Rothschild y era hijo de Evelyn de Rothschild, banquero privado de la reina de Inglaterra, apoyo financiero indispensable del Gobierno de Tatcher, presidente de la biblia del periodismo económico ultraliberal Te Economist, director del gigante de los diamantes De Beers, socio principal de IBM UK, gobernador de la London School of Economics, fundador de la Asociación Europea de la Historia Bancaria y Financiera, amén de descendiente de la dinastía de banqueros más célebres e influyentes de Europa, cuyo lema era «Concordia, Integritas, Industria». Dicha dinastía no solo financió guerras variadas en la Europa de Otto von Bismarck, sino que sacó de apuros económicos a varios reyes españoles, entre ellos Fernando VII (el que guarda asombroso parecido con Froilán). Los Rothschild también estuvieron metidos con Isabel II y el marqués de Salamanca en el negocio de las vías ferroviarias españolas y sacaron tajada de la primera fiebre bursátil de España.

David Mayer de Rothschild, sin embargo, tenía aspiraciones bien distintas a las de su progenitor. Este chico podría fácilmente haber decidido llevar un estilo de vida como el que llevó su padre hasta los veintiséis años cuando, como soltero de oro oficial, se dedicaba a hacer «vida social», a viajar en carísimos coches deportivos, a montar caballos purasangre y a jugar al polo. Sin embargo, David sintió la llamada de la aventura y la naturaleza mientras se criaba en Ascott House, una impresionante propiedad en Buckinghamshire, al sudeste de Inglaterra, donde montaba a caballo siguiendo el ejemplo de su tío, un campeón olímpico ecuestre. Decidió estudiar medicina natural para después coger sus bártulos y marcharse a Australia, donde empezó a editar libros educativos para niños. En Nueva Zelanda compró una granja de 445 hectáreas donde desarrollaba técnicas de permacultura para el cultivo de productos orgánicos. Y durante ese tiempo participó en todo tipo de competiciones extremas. Una de ellas, el famoso triatlón Escape

from Alcatraz que, entre otros retos, implica cruzar la bahía de San Francisco a nado. Frente a esta bahía fue donde recibió al grupo de periodistas, en el que me incluía, al que deseaba contar el gran proyecto en el que se había involucrado: la construcción de un velero con un casco fabricado con botellas de plástico reciclado que estaba llevando a cabo en el barrio portuario de San Francisco Fishermen Wharf. El velero se llamaría Plastiki, en honor a la Kontiki. Con él quería atravesar el océano Pacífico, como Tor Heyerdahl o Kitín Muñoz habían hecho (intentado en realidad) antes. Su objetivo, contaba, era concienciar al mundo sobre la existencia del Great Pacific Garbage Patch, la gigantesca isla de plástico descubierta en 1988 que tiene una extensión que es varias veces la superficie de España (cuántas depende de la fuente consultada, pero es grande, en resumen).

Yo, que hasta ese momento había conocido esencialmente las dársenas de las estaciones de autobuses de mi país y los madrugones inmisericordes que imponen las aerolíneas de bajo coste en algunos puntos de Europa, subí de nivel en el implacable sistema de clases que establece el tráfico aéreo gracias a un dinero que no era mío. Y paseando frente a los escaparates de las tiendas duty free que Bernard Arnault llena exactamente de las mismas mercancías de lujo en todos los aeropuertos del mundo me propuse disfrutar del momento sin sentimiento de culpa, como si me perteneciera, que es lo que hacen los pijilocos (y algunos influencers, pero de esto hablaremos más adelante).

Así, cuando el avión de Virgin Atlantic que me llevaba a la ciudad del Golden Gate empezó a zarandearse como una rama de abedul al pasar por encima de Groenlandia, yo, recostada en un sillón que ya era cama, me echaba al buche otra loncha de pato confitado, daba otro trago de champán y pensaba que a esa altura y a esa velocidad todos los pasajeros estábamos igual de vendidos, aunque algunos fuésemos a llegar a destino con menos dolor de espalda y una ligera resaca. Ese día descubrí que en upper class se duerme de maravilla, pero que la gente que puede pagar un billete de cinco mil euros se echa unos pedos tan fétidos como los que como mucho pueden aspirar a la clase Supra de Alsa.

La dinastía Rothschild tiene infinidad de ramas y muchos de sus miembros no toman vuelos comerciales, sino que se desplazan en

jets privados. Esto lo hacen también algunos millonarios con «dinero nuevo» (es decir, pecunio adquirido en enormes cantidades en muy poco tiempo). A veces, si un nuevo rico hace gala de mucha ostentación se le puede confundir con un pijiloco. Sin embargo, las motivaciones que mueven a un futbolista de primera división criado en una favela para llegar con un bólido de ocho ceros a los entrenamientos de su equipo no son exactamente las mismas que empujan a un heredero como Lapo Elkann a pasearse con un Ferrari por las calles de Milán. El primero quiere demostrar un ascenso, un triunfo; el segundo, un estatus permanente. Entre la fauna y flora del dinero nuevo las criaturas más parecidas a las nacidas del dinero viejo son las estrellas del show business que en el siglo xxi generan tal cantidad de dinero y gozan de unos privilegios tan específicos (respeto, admiración, relajación moral) que son una clase social específica y nueva. Algunas de esas celebrities, como las ovejas negras de las buenas familias, se creen tocadas por un designio más alto y se involucran en actividades filantrópicas que las llevan a viajar por todo el globo para hacer visible lo que nadie quiere ver y para, como las esposas de los indianos o las mujeres de los oligarcas franquistas, lavar la conciencia. Viajan, claro, en avión privado. A este grupo pertenecería, por ejemplo, Angelina Jolie, quien es Embajadora de Buena Voluntad para el Alto Comisionado de la ONU, lo que la lleva a viajar a los sitios más espantosos del mundo para contemplar el horror más abyecto. La honra su labor.

Tanto el dinero nuevo como el viejo conforman la verdadera jet set contemporánea. Son los continuadores de aquella saga que en España conocimos gracias a los años esplendorosos de Marbella: un grupo minoritario de gente que circula en espacios alternativos, al igual que lo hace su pasta, que no se mueve por los circuitos detectables por los controles tributarios. Muchos viven ahora mismo en España, específicamente en Madrid, donde han vuelto a encontrar un paraíso de impunidad fiscal donde, qué coño, la gente es bien maja.

Sin embargo, y es curioso, son los de dinero viejo muy mirados con su guita, innecesaria e hilarantemente tacaños, como ya se podía ver en la legendaria película Mary Poppins en la que un viejo banquero se vuelve loco cuando un niño pretende darle dos peniques a una anciana que vende migas de pan en lugar de meterlos en una cuenta de ahorros. Justo por cuestiones de ahorro, no son inusuales las historias de

aristócratas o grandes potentados que a veces toman algún vuelo low cost. Por ejemplo, el hermano de Evelyn de Rothschild, Jacob, solía trasladarse a su destino vacacional en Corfú, la isla griega donde también vivió la reina Sofía, en aerolínea de bajo coste. El rey Juan Carlos I tiene una espectacular fama de rata (Mick Jagger también, y de alguna forma su satánica majestad también pertenece a la realeza). Pecu y su hermana, por cierto, cuando se desplazaban a Londres, ciudad donde residían algunas temporadas, volaban con Ryanair. Ellas, pues, saben el infierno que puede ser Stansted, un aeropuerto que, en realidad, es una estación de autobuses.

En la nave portuaria donde estaban construyendo la Plastiki, el equipo de comunicación de David de Rothschild había montado un plató para medios de comunicación que incluía una tienda de campaña. En otro rincón había un puesto de bebidas y comida orgánica atendido por una hippy californiana que al servir café te hacía una pregunta mística: «¿Qué le agradeces hoy a la vida?».Todo en la puesta en escena de aquel evento desprendía un inconfundible tufillo hipster, incluido el propio anfitrión, quien no iba vestido como un rico heredero, sino con ropa deportiva técnica.

El único elemento que quizá delataba su linaje era el sofisticadísimo cronógrafo que lucía en su muñeca, de la firma relojera suiza que esponsorizaba su aventura (y que era la que de verdad había pagado mi viaje). Porque para los pijilocos, sean estos apocalípticos o integrados, el tiempo es una magnitud que es necesario controlar por motivos totalmente diferentes a los de un miembro de la clase trabajadora.

Como ya vimos en el capítulo en el que hablamos del pelo de rico y los pelucos, un miembro de la clase trabajadora necesita saber qué hora es para cumplir con obligaciones y deberes que ha contraído para con otros; es decir, para medir, en realidad, un tiempo que es suyo pero no le pertenece: cuándo empieza su jornada, cuándo puede salir a comer, cuándo ha de regresar del almuerzo, cuándo ha de ir a buscar a los niños al colegio. A los miembros de las clases altas, en cambio, les preocupa mucho el uso del tiempo que hacen los trabajadores y se afanan en que dispongan del mínimo posible, como demuestra la resistencia de las fuerzas conservadoras al teletrabajo o las reducciones de jornada.

Un pijiloco mide el tiempo del que es dueño, un tiempo que le pertenece enteramente, para retarse a sí mismo: cuánto tarda en cruzar un océano, cuánto en recorrer una carretera, qué hora es en el país en el que tiene a otra parte de la familia...

En el interior de la tienda de campaña era donde el enfant terrible recibía a los periodistas. Para una chica provinciana de clase media que experimentaba jet lag por primera vez en su vida la visión de aquel joven treintañero de metro ochenta, ojos azules, barba frondosa y melena mesiánica sentado como un buda en un habitáculo de nylon era intimidante y onírica. Aquel tipo rematadamente guapo explicaba con acento de la reina madre y encomiable profesionalidad las cualidades de su relojazo, preparado para una travesía marítima hasta Australia. Contestaba con pormenorizado detalle a todas las preguntas que tuvieran que ver con la isla de plástico que año a año crece en el océano Pacífico. Pero se ponía muy borde cuando le preguntaban por su familia. «¿Qué pensó tu padre cuando le dijiste que te querías dedicar a la medicina natural?» Por entonces yo desconocía por completo que su progenitor, Evelyn de Rothschild, había abandonado a su muy británica madre para casarse con una estadounidense especialista en finanzas miembro del partido demócrata e íntima de Bill Clinton (imaginen cómo se le ponen los ojos a un político cuando escucha que una de sus compañeras de partido está relacionada con una de las mayores fortunas del mundo). El celestino había sido Henry Kissinger. «¿Qué pensó el tuyo cuando le dijiste que no querías ser lo mismo que él?», contestó. No supe cómo explicarle que yo llevaba sobre mis espaldas una mochila chunga de Decathlon, no el peso de un linaje. Fue la primera vez, pero ni mucho menos la última, que entré en contacto con una persona completamente inconsciente de su posición en la cima del mundo.

Enseguida, al detectar mi incomodidad, retomó la conversación para interesarse por mi vida, mis orígenes y mis aficiones. Yo confundí con coqueteo aquel recurso de buenos modales aprendido en colegios de élite. Así que salí de la tienda de campaña un poco enamorada, soñando con la idea de que quizás a él le hubiese pasado lo mismo. Quién sabe, a lo mejor aquel muchacho educado en los mejores internados británicos había visto algo atractivo en mi ponferradina espontaneidad y aunque solo fuese para joder a sus padres, me daba una oportunidad. Le di mi correo electrónico.

Pasaron diez años hasta que volví a saber de él. Le vi en la prensa cuando los paparazzi le pillaron saliendo de un restaurante con una multimillonaria y Embajadora de Buena Voluntad de la ONU llamada Angelina Jolie. Una vez más, los sueños de una ilusa clase media que vive de alquiler se vinieron abajo.

Guerras culturales, Podemos

y capitalismo patrimonial

Descubrí una cosa extraña. Aunque alguien haya empezado desde abajo puede seguir siendo un canalla. Y aunque haya

nacido entre algodones, puede seguir siendo un gran tipo.

C.K. Dexter Haven (James Stewart) en Historias de Filadelfia

Una vez estuve en Manoir du Jonchet, un castillo del siglo xvi situado en el corazón de Francia, a 130 kilómetros de París. Allí vivía Hubert de Givenchy, un costurero que aparece en las enciclopedias de la moda junto a Coco Chanel, Christian Dior, Cristóbal Balenciaga o Pierre Balmain y que diseñó el vestido de seda negra con el que Audrey Hepburn se paró ante el escaparate de Desayuno con diamantes. Fui a entrevistarle para Vanity Fair con motivo de la gran exposición que el museo Tyssen estaba organizando en Madrid en su honor. Era ya muy anciano y hablaba con mucha parsimonia.

Recuerdo a aquella clienta, la condesa de Camargo. Había sido una gran terrateniente del azúcar en Cuba y había tenido que huir a Miami cuando la Revolución. Siempre venía al atelier con dos mucamas que traían bolsas de plástico llenas de algo pesadísimo en cada brazo y nos preguntábamos qué demonios llevarían ahí. Un día nos enteramos de que eran kilos y kilos de zafiros, rubíes, esmeraldas y diamantes. ¡La señora iba con sus joyas a todas partes porque tenía miedo de que se las robasen! La condesa nos contó que muy pronto habría un desembarco estadounidense en las playas de Varadero. Era amiga del presidente Kennedy, por eso poseía información privilegiada y a mí me quería hacer un encargo muy especial... ¡Un traje de camuflaje!

Monsieur Givenchy, que falleció en 2018, no me contó si la condesa tuvo finalmente ocasión de estrenar el traje de camuflaje cuando los barbudos bajaron de Sierra Maestra, pero la verdad es que es muy habitual eso de que los aristócratas que se ven cercados por un sistema que ya no consiente su acumulación de riquezas escapen con las joyas puestas. Sin ir más lejos, la tiara con la que se casó la

reina Sofía (la misma con la que después lo haría también la infanta Cristina) se la llevó de España Alfonso XIII y la vendió para poder seguir llevando en el exilio la vida de hoteles y lujo que a él le gustaba. Después fue recuperada (al parecer con dinero privado) para la familia de Juan Carlos I, quien finalmente también salió de España, no sin antes ceder su trono al primer rey español que se casó con una plebeya que sabía lo que era ser asalariada. Yo conocí a monsieur Givenchy en 2014, el año en el que el rey campechano de la Transición abdicó en su hijo (como preámbulo a su posterior huida) y, sin embargo, no se habló de eso en Manoir du Jonchet. Solo del impecable estilo de Letizia Ortiz. El ambiente estaba caldeado en España, donde los consensos democráticos que se habían construido sobre la prosperidad de una amplia clase media propietaria empezaban a tambalearse, porque también se tambaleaban la prosperidad redistribuida y, por tanto, la clase media.

Como cuenta Emmanuel Rodríguez, la financiarización de la economía española (a la que Solchaga dio el primer visto bueno, Rato le dio el empujón definitivo y la Unión Europea elevó a categoría de religión) había conseguido que desde finales de la década de 1980 hasta la primera década de los 2000 el segmento social más adinerado y con mejores posiciones patrimoniales del país se fuese haciendo cada vez más rico. En un país sin tejido industrial y totalmente dependiente del sector servicios, la inmensa masa de proletarios propietarios que surgió durante el franquismo y siguió creciendo durante la democracia había hecho de sus propias casas un sistema de ahorro. La vivienda, que la Constitución supuestamente garantizaba como derecho, se había convertido en una «inversión» con la que especulaban familias de absolutamente todo el espectro social.

Según un estudio de World Inequality Lab, fundado por el economista Tomas Piketty, en 2008 España alcanzó su récord de acumulación de patrimonio a causa de la burbuja inmobiliaria. Los precios hinchados de los pisos llevaron a que el nivel de riqueza privada supusiera el ochocientos por ciento de la renta nacional. Y de pronto... ¡Boom!

Como explica Emmanuel Rodríguez, cuando la burbuja estalló,

también saltó por los aires la idea de una clase media expansiva y mayoritaria basada en… la propiedad. Los bancos y fondos buitre se lanzaron a por los pisos que los españolitos de clase media habían comprado con esfuerzo (como antes habían hecho sus padres) pero que ya no podían pagar. Se habían quedado sin asiento en el juego de la silla que había sido la vivienda en España.

El sueño hipster llegaba a su fin. Y el hartazgo se materializaba en un movimiento social llamado 15M. Aquel movimiento ponía en solfa muchos a prioris del Régimen de 1978 sobre los que se había construido la paz democrática y el estado de bienestar español. Los jóvenes, que habían comprendido que el bipartidismo jamás iba a sacarlos de pobres, se echaron a las calles bajo el lema «Sin casa, sin curro, sin pensión, sin miedo». La indignación era suprema porque los que llevaban eones escuchando que no había fondos para servicios públicos, educación, cobertura social y sanidad ni beneficios empresariales para pagar salarios dignos, y que habían soportado las «medidas de austeridad» impuestas por la Troika, habían tenido que ver cómo las arcas públicas rescataban a la banca tras la debacle de 2008. Después de aquella hostia, muchos de los que volvieron del «extranjero» tras la experiencia formativa que se les exigía para acceder a mejores puestos de trabajo de la «nueva economía» y otros muchos más que habían pensado que lo de vivir en pisos compartidos llenos de mesillas Lack y estanterías Billy sería provisional se dieron cuenta de que los empleos mal pagados y temporales se estaban convirtiendo en atemporales y eternamente precarios.

Todo aquel movimiento tardó cuatros años en materializarse políticamente. Podemos se fundó en 2014, el año en que fui al Manoir du Jonchet. En aquella jornada inolvidable en las tierras del Loira, monsieur Givenchy, con un magnífico perro como acompañante, me mostró el cementerio de mascotas donde yacían sus ocho canes anteriores. Descansaban bajo diez losas rematadas con pequeñas esculturas perrunas creadas personalmente por Alberto Giacometti. Nos mostró también el invernadero de hierro y cristal templado, el lago artificial, la capilla privada, el foso que se podía llenar con agua del río, una piscina que aquel día estaba cubierta a causa del mal tiempo y, sobre todo, su estudio: una enorme habitación situada en el ala izquierda del manoir. En el cuerpo central del edificio destacaban entre cada ventana tres

gigantescas cabezas de ciervo labradas en bronce. Aquella construcción tenía una presencia imponente que contenía la carga simbólica de las haciendas, los cortijos, los palacetes, las casas solariegas o las mansiones en los que residieron los señores de los linajes del Antiguo Régimen para los que trabajaron los siervos de la gleba mientras ellos no hacían nada más que dar órdenes. El espacio más bello de todo el recinto era sin duda el jardín de rosas que la ya fallecida paisajista estadounidense Bunny Mellon había diseñado para él. Mellon no había sido una simple jardinera: heredera de la fortuna de los dueños de algo tan poco glamuroso como los colutorios Listerine o las cuchillas Gillette, y uno de los legendarios «cisnes» de Truman Capote, fue una de sus mejores clientas.

A Givenchy, que había fundado una de las marcas más prestigiosas del mundo en los años dorados de la alta costura, es decir, los cincuenta y los sesenta, un señor le había comprado su enseña, que pasaba por horas muy bajas, con la promesa de resucitarla. El señor en cuestión, Bernard Arnault, ya ha aparecido en capítulos anteriores. Givenchy disimulaba a duras penas el rencor que le tenía: para «reflotar» la empresa que llevaba su nombre le despidió y puso en su lugar a hombres más jóvenes, más excéntricos y con mucho menos abolengo (primero John Galliano, después Alexander McQueen). El couturier hablaba con resentimiento, pero sobre todo con infinita nostalgia al rememorar a sus grandes clientas, convencido de que, fallecidas ya todas ellas, él era el último de una raza. Que su tiempo había acabado. Y sin embargo, qué equivocado estaba. Su tiempo solo estaba volviendo a comenzar. La alta costura, que en los años ochenta se había considerado un fósil del siglo xx, representación de un sistema de privilegios injusto y cruel con reminiscencias feudales, estaba viviendo un nuevo esplendor en la década de 2010 gracias a que existía de nuevo demanda de este tipo de moda, creada para nuevos superricos que proliferaban en todo el mundo como consecuencia de la globalización y el triunfo del neoliberalismo.

Desde 1986 hasta el año 2000, según datos de Ernst & Young, las mayores fortunas del mundo triplicaron su valor. El despertar de las economías emergentes (con especial protagonismo de China y Rusia tras la caída del bloque soviético, que aumentaron espectacularmente de 1996 a 2015) había propiciado la aparición de clientas mucho más ricas incluso que aquellas que en su día reclamaron los servicios de

Givenchy y los demás grandes couturiers de su tiempo.

Los superricos, que seguían siendo hombres inscritos en una cultura absolutamente patriarcal, les compraban a sus esposas prendas exclusivas y joyas caras, creadas para ellos por casas de couturiers (que ya no solo confeccionaban ropa, sino todo el rango de productos de lujo) para que les hiciesen sentir únicos y poderosos. La gran diferencia con los años sesenta es que esas esposas a veces también gestionaban sus propios negocios. El modelo económico redistributivo y social de la Vieja Europa que había permitido crecer a las clases medias y llevar el bienestar a muchas capas de la población estaba pasando de moda, igual que el prêt-à-porter, tan middle class.

Incluso en los países más socialdemócratas empezaba a imponerse de forma inexorable lo que el economista Piketty había llamado capitalismo patrimonial. El capitalismo patrimonial no comprende la lógica de los impuestos progresivos a los más ricos y no quiere que las instituciones políticas ni el Estado redistribuyan el dinero. En este capitalismo, que ya había asomado la patita en la España de Aznar pero ahora se expresaba con mucha soltura en la de Rajoy, la herencia es un instrumento de transmisión legítimo que no debe ser regulado. Si cada generación de herederos es mucho más rica que la anterior y los grandes patrimonios son capaces de crecer a un ritmo superior que la economía es porque lo han hecho mejor que el resto y el sagrado derecho a la propiedad privada les asiste. Si el capitalismo patrimonial funciona como un mecanismo multiplicador de las desigualdades, qué importa.

Un año después de mi visita a Manoir du Jonchet, a finales de 2015, la nueva izquierda, la que había nacido del 15M, llegó por primera vez a las bancadas del Congreso de los Diputados. Fue el mismo año en el que un juez imputó por primera vez a un miembro de la Casa Real, la infanta Cristina, por blanqueo de capital. Para entonces, la institución monárquica, piedra de toque del Régimen de 1978, pasaba por la peor crisis de su historia. Se había demostrado que el rey era un adúltero sospechosamente relacionado con paraísos fiscales; la reina estaba al tanto de todo y le daba exactamente igual; la infanta mayor se había casado con un señor de Soria con ínfulas carpetovetónicas que trabajaba como asesor de LVMH; y la pequeña, incluso mucho antes de que la hubiesen sentado en el

banquillo, ya no era la discreta oficinista de la Fundación La Caixa que nos habían vendido: poco a poco había ido dejando claro que le gustaba el dinero tanto como a su padre. La ejemplar familia heteronormativa que había disimulado durante décadas sus peores pulsiones haciendo gala de gustos campechanos ya no era ejemplar. La institución hereditaria por excelencia, el pináculo del Estado, había sucumbido también a la avaricia capitalista. El reverencial respeto a la Casa Real y el pacto de silencio informativo sobre sus miembros se rompió: la corrupción de los Borbones no era solo un asunto político, sino un culebrón de Estado susceptible de ser consumido como cualquier cotilleo. De hecho, la revista para la que yo trabajaba y para la que entrevisté a Hubert de Givenchy se dedicaba exactamente a eso. En sus páginas, los ganaderos posaban subidos a caballo en sus dehesas, las esposas de los grandes empresarios mostraban sus colecciones de arte y Corinna Larsen, la amante del rey Juan Carlos, era investigada por su papel en la deriva política del país, sí, pero sobre todo por su indiscutible glamour.

Desde hacía dos décadas, una hornada de nuevos medios de entretenimiento estaba sincronizada para ensalzar una cultura de la celebridad global que ya no distinguía entre ricos herederos, superestrellas del cine, empresarios, nobles y royals. Todos eran lo mismo: gente con dinero, poder o ambas cosas. Tampoco hacía distingos entre ellos la industria del lujo, a la que cualquier reclamo publicitario empezaba a parecerle válido: desde que Louis Vuitton había conseguido en 2007 convencer a Mijaíl Gorbachov para que se dejase fotografiar por Annie Leibovitz en la parte trasera de una limusina con una maleta de la firma guarnicionera, nadie estaba libre de la posibilidad de acabar anunciando exquisiteces. La prueba de que eso era cierto fue que en 2010 protagonizaron una campaña similar para la misma firma tres ídolos populares: Pelé, Maradona y Zidane, quienes posaron para la marca en un futbolín de Malasaña. Ninguna de esas campañas iba dirigida a los superricos, sino a los que soñaban con ser como ellos.

En un escenario en el que el Estado iba adelgazando y el capitalismo patrimonial ganando, creció una nueva derecha que ofrecía a las clases medias desencantadas con el estado de bienestar la solución para ser capaces de amasar patrimonio y seguir viviendo

como en los años de esplendor socialista: el emprendimiento. Esa derecha venía de la región de España donde, efectivamente, un día hubo empresarios industriales potentes, Cataluña. Ellos culpaban al nacionalismo independentista de la decadencia de dicho esplendor industrial y por eso eran españolistas. Culpaban también al Estado de la asfixia económica de sus ciudadanos. Y por eso odiaban los impuestos. Cuádruple salto mortal. El partido que canalizó aquel sentir, Ciudadanos, y sobre todo su líder, Albert Rivera, representaba los anhelos de otra nueva modalidad de pijos: los de clase media que habían estudiado en las escuelas de negocios y habían acabado viviendo con sus familias en las promociones inmobiliarias masivas de la burbuja pero no habían perdido la esperanza de ser empresarios.

Su estilo, prácticamente en vías de extinción en tiempo récord, era una elegancia smart en la que los trajes (en ellos) y los trajes de chaqueta (en ellas) eran la prenda estrella. Los españoles de bien seguían creyendo en la Constitución, pero también en la posibilidad de hacerse a sí mismos. Para demostrar que sus sueños eran plausibles contaban con un faro. El hombre que lo había conseguido. El emprendedor puro. Amancio Ortega. El señor de Busdongo que había construido un imperio solo a base de olfato. Su patrimonio, fruto de su esfuerzo personal, lo heredaría legítimamente su hija, Marta. Ella se convirtió en la celebrity favorita de los españoles el día que por fin protagonizó una portada de ¡Hola! Se casaba vestida por Narciso Rodríguez en una hacienda del siglo xvi. Los Ortega eran la nueva familia real. Marta Ortega, una princesa de cuento cuyo padre había conseguido contratar a los couturiers más grandes del mundo haciendo ropa barata para que todo el mundo pudiese imitar a los de la clase a la que ahora ellos pertenecían.

El fachalequE

En verano, hay gente que mira una aplicación llamada Windguru para saber si al día siguiente podrá salir con su velero a navegar. Suelen ser estos los que están más preocupados por el impuesto de sucesiones.

En cambio, la gente trabajadora que no tiene un gran patrimonio que dejar en herencia y vive la época estival currando en cualquier zona de España comprendida entre un paralelo imaginario trazado en la parte superior de la meseta central y otro que llega a Melilla, solo mira las temperaturas para saber si el día siguiente será soportable. En concreto, esa gente se fija en la temperatura mínima, porque es la que les permite saber si podrán dormir medianamente bien y, por tanto, acudir religiosamente al tajo que les proporciona el pan (o un teléfono móvil nuevo, no hay que ponerse dickensiano) de un humor llevadero. No hace falta ser licenciado en Físicas ni meteorólogo profesional para saber que en el siglo xxi el frío se ha convertido en muchas partes del mundo en un lujo que en las fechas veraniegas tiene como símbolo máximo un aparato devorador de billetes llamado aire acondicionado; en invierno, el frío ha encontrado en las prendas acolchadas la representación de un deseo: que el cambio climático sea, como defienden algunos iluminados, una gran mentira resultado de una conspiración. No estoy tratando de decir que los que se ponen plumíferos sean negacionistas, sino que existe una relación nada evidente, y a la vez obvia, entre el auge de las prendas rellenas de pluma de ocas y una aspiración que tiene que ver con el privilegio máximo. El de protegerse contra el frío en un mundo que se calienta. La nieve, el hielo y la fascinación por las latitudes septentrionales han sido símbolo de estatus desde que en el siglo xix a algunos exploradores de buena familia les dio por intentar saber qué había ahí arriba, o ahí abajo, si hablamos de la Antártida.

Esta historia que nos llevará a esa prenda que en España hemos llamado fachaleco, pero que en realidad es un fenómeno global, empieza gracias a un ingeniero químico australiano llamado George Finch, quien para ir protegido contra el frío a una expedición que hicieron al Everest en 1922 diseñó una chaqueta hecha con tejido

de globo aerostático que rellenó de plumas. Al parecer sus compañeros de aventura se rieron de él la primera vez que le vieron con ese aspecto de muñeco Michelin, pero tuvieron que acabar rindiéndose a la efectividad de aquella prenda tan ligera capaz de dar tanto calor. Años después, un comerciante de Seattle especializado en artículos deportivos llamado Eddie Bauer patentó la suya tras una gélida jornada de pesca en Alaska en la que casi perece a causa del frío. Bauer no citó la chaqueta de Finch, sino las enseñanzas de un tío suyo que supuestamente había luchado en la guerra ruso-japonesa de Manchuria y allí había comprobado cómo los oficiales rusos rellenaban sus abrigos con plumas para luchar mejor contra las bajas temperaturas, un invento que casi seguro ya les habían visto antes a los mongoles.

Fuese quien fuese su verdadero inspirador, Bauer creó un prototipo de chaqueta con un exterior de algodón lleno de pespuntes con forma de rombo que hacían que el plumón se quedase en su sitio. Lo registró. Y así nació comercialmente el plumífero. Eran los años treinta.

Como cuenta Andrew Denning en un artículo titulado «How skiing went from the Alps to the masses» (Cómo el esquí viajó de los Alpes hasta las masas), en las décadas previas a la Segunda Guerra Mundial, «ir a la nieve» era símbolo de lujo porque exigía a quien lo practicara contar con los medios necesarios para acceder a localizaciones alpinas remotas y poder quedarse allí durante semanas e incluso meses. Aquel deporte, en el comienzo de la era industrial y mecánica, significaba un retorno profundo a la naturaleza que solo unos pocos se podían permitir.

Sin embargo, después de la Segunda Guerra Mundial, cuando las economías comenzaron a remontar y el tiempo de ocio empezó a considerarse un bien de consumo más en los países occidentales, los telesillas afloraron en las estaciones de esquí para que llegar a las pistas fuese más fácil para todo el mundo.

En los años setenta aún eran solo los miembros de las clases altas los que podían ir a resorts pensados para ellos a disfrutar de los placeres nivales, pero a finales de esa década, aunque no todos los hogares podían permitirse una estancia prolongada en una estación de esquí o el equipamiento completo para la práctica de deportes

invernales, muchos podían acceder, eso sí, a los abrigos asociados a este estilo de vida. De esta manera, en ciudades cercanas a estaciones de esquí alpinas, como Milán, los plumas se convirtieron en un auténtico fenómeno. Allí, sus mayores embajadores fueron los paninari, a los que ya mencionamos en el capítulo en el que abordamos el nacimiento del pijo español canónico.

La firma predilecta de los paninari se llamaba Moncler y la fabricaba uno de los suyos, el expaninaro y empresario textil Remo Ruffini. Ruffini, miembro de una familia industrial adinerada del entorno del Lago de Como, vio clara la oportunidad de mercado que este producto le ofrecía al clan: durante la primera parte del siglo xx su especialidad había sido la seda, pero China les había robado esa cuota de mercado y había llegado el momento de abrirse a nuevas posibilidades. Ruffini ha contado mucho tiempo después que a mediados de los ochenta vendió unos cuarenta mil plumas en todo el mundo. No son muchos, pero es que treinta mil se despacharon en la ciudad de Milán. Y así fue como el plumífero bajó por primera vez de la montaña a la ciudad.

El furor juvenil por esta prenda acolchada se extendió por toda Europa y en los años ochenta explotó en España adaptado a las particularidades del país. En Madrid se habían popularizado en los años setenta entre las clases altas las prendas de montaña de Pedro Gómez, cuya tienda de Chamberí, Deportes El Igloo, era un buque insignia para los que podían esquiar: desde los Fernández Ochoa hasta la Familia Real. De Zermatt a San Isidro, de Saint Moritz a Guadarrama, la nieve se convirtió en un negocio para los fabricantes de equipamiento.

Los jóvenes los empezaron a llevar a los institutos para evidenciar su éxito social, igual que lo hacían los paninari, y los que no podían permitirse un Pedro Gómez siempre podía intentarlo con un Verlac, un Roc Neige, un Roux o un Avia (en orden ascendente por gama de precio). El esquí y sus complementos se convirtieron en el símbolo de un perfil socioeconómico muy concreto: el del triunfador. Tanto es así que hasta los humoristas más populares de la televisión en aquel momento, Martes y Trece, hicieron una parodia del arquetipo esquiador medio patrio, que encarnaban dos pijos arquetípicos, Pocholo y Borjamari.

Pero entonces ocurrió algo mágico: la subcultura noventera más alejada de los valores del montañismo y el deporte, la del bakalao, se apropió de los plumíferos de Pedro Gómez en los noventa. Y lo hizo incluso a punta de navaja: los bakalas robaban a los pijos sus plumas (como ahora se roban relojes en pleno corazón del barrio de Salamanca) para lucirlos en discotecas donde hacía todo menos frío. La cultura del techno se apropió de la ropa técnica.

Poco a poco, el preciado plumas pasó de señal de distinción a símbolo de decadencia, no solo porque se convirtiese en patrimonio de una tribu urbana asociada a barrios obreros y drogas, sino porque los deportes relacionados con el frío extremo y la nieve entraron en crisis por una cuestión tan prosaica como el clima: el calentamiento global fue haciendo las estaciones de esquí ubicadas por debajo de los mil metros cada vez menos rentables.

A principios de los 2000 el plumífero había perdido su brillo cool y regresado temporalmente a sus dominios originales: los montañeros y las tiendas de deportes, donde en realidad nunca había dejado de existir un culto propio a este tipo de prendas y a las firmas que son capaces de elevar su excelencia técnica al máximo (como tampoco dejaron nunca de tener relevancia en la escena musical hip hopera, para la que la ropa deportiva ha sido siempre importante). Sin embargo, aún se tenía que producir un nuevo regreso masivo.

Y ese vino de la mano de cuatro fenómenos: la caída en desgracia definitiva de los abrigos de piel gracias a la labor de los activistas contra la tortura animal, el aterrizaje en las pasarelas de alta costura de la ropa técnica, las colaboraciones alta moda|ropa deportiva y la invención de los chalecos ultraligeros. Estos cuatro fenómenos están a su vez relacionados con el auge paulatino del movimiento neoecologista, que defiende el consumo sostenible y el regreso a la naturaleza (entre otras cosas, para evitar el cambio climático), liderado por empresarios como Yvon Chouniard (exhippie californiano), fundador de Patagonia, la firma favorita de los emprendedores con pasado hippie pero intenciones plenamente capitalistas de la California tecnológica, la de Silicon Valley.

Las prendas de Patagonia, sencillas en apariencia pero preparadas para soportar temperaturas capaces de congelar el líquido de las rodillas, pasaron a ser el distintivo de aventureros a señuelo entre la gente que

tenía negocios propios con base tecnológica. Y de todas esas prendas, la más fácil de llevar a todas horas era el famoso downjacket o «plumífero inferior», que es posible ponerse hasta debajo de los trajes de ejecutivo. Específicamente para este último uso apareció el chaleco acolchado. Sin embargo, había un obstáculo para que las prendas de Patagonia llegaran a las clases medias: eran carísimas. Tanto que los conocedores del fenómeno le pusieron un apodo a la marca, Pradagonia. El nombre era un guiño a otra firma milanesa, la capitaneada por Miuccia Prada, una mujer con pasado comunista que consiguió lo inaudito: convertir el nylon en tejido de lujo.

Y aquí es donde aparece Tadashi Yanai, el Amancio Ortega japonés, fundador de Uniqlo, quien en 2004 empezó a comercializar a precios asequibles los chalecos acolchados que representaban el universo de los triunfadores preocupados por los valores del Nasdaq. De esa manera la prenda se coló en el vestuario de los aspirantes a altos ejecutivos de las zonas financieras de todo el mundo, con la City londinense a la cabeza. Zonas donde trabajan los hijos de las familias con aspiraciones de todo el mundo, donde van a formarse los futuros gestores de fondos de inversión, incluidos los españoles. Ellos fueron los que trajeron de vuelta dicho chaleco a España, donde encontraron un aliado semiótico inesperado: el mundo de la caza. En el universo simbólico cinegético el chaleco es poderoso, y en el universo simbólico de la ultraderecha, el universo simbólico de la caza es esencial. Círculo cerrado.

Pensemos ahora un momento quién lleva en España el famoso fachaleco, símbolo de cigarrales o parqués bursátiles. Los chalecos acolchados han demostrado ser absolutamente transversales en términos de clase. Es decir, se trata de una prenda práctica que protege del frío de forma discreta en un mundo en el que el frío es discreto también y, por eso, le resultan atractivos a casi cualquiera que quiere ir calentito. Como ocurrió con las sudaderas de algodón en los años ochenta, las clases con menos ingresos pueden adquirirlos a precios muy competitivos en Decathlon, por ejemplo. Sin embargo, se trata de una prenda en esencia masculina. Y eso tampoco puede ser coincidencia: si la ultraderecha y los pijos cayetanos (que no son necesariamente lo mismo) han encontrado una representación de sus aspiraciones en esta prenda es porque en ella hay algo patriarcal por naturaleza. El fachaleco no es país para

mujeres, como tampoco lo es el «pelo de rico». Quien necesite comprender este punto que regrese al capítulo donde se elabora el asunto Pel de Ric.

Sí es terreno femenino, en cambio, el plumífero. Gracias a la entrada de la ropa técnica en el circuito de las pasarelas (fenómeno en el que, como hemos dicho, fue pionera Miuccia Prada) hemos presenciado cómo hasta Balenciaga, sacrosanta casa parisina asaltada por el loco y vanguardista Denma Gvasalia, ha incorporado prendas rellenas de plumón en modo palabra de honor. Este diseñador usa los tejidos acolchados de forma irónica, pero la gigante maquinaria de amplificación que son las empresas de moda rápida no entiende de ironía a la hora de hacer reproducciones low cost. Gracias a las colaboraciones con celebrities internacionales (pijilocas por definición), Remo Ruffini ha conseguido darle una nueva vida a sus Moncler a pesar del cambio climático: él ha logrado, por ejemplo, que el director creativo de Valentino, Pier Paolo Piccioli, convierta el tejido acolchado en material de alfombra roja y que para muchas celebrities, sus puffer jackets con cobertura brillante sean un básico invernal. El éxito de su comeback ha sido tal que su firma cotiza en la bolsa de Milán.

Los plumíferos son los nuevos abrigos de piel. Por eso los llevan las grandes señoras, que se mueven en un ámbito de conservadurismo en el que las propias mujeres que apoyan los postulados de la nueva derecha se apropian con alegría de aquel rol que les pertenece desde el siglo xviii: el de anfitrionas con servicio. Resulta lógico, pues, que en la misma España donde el chaleco acolchado se ha convertido en código cayetano se esté produciendo un regreso evidente de las chaquetas Barbour. Ocultan todas estas prendas la fuerza simbólica del mundo de los terratenientes y a la vez los valores familiares, tan útiles para la perpetuación del capitalismo patrimonial y tan relacionados con los líderes que aborrecen el Estado, desde Javier Milei hasta Isabel Díaz Ayuso. Los que se aferran al odio al lenguaje inclusivo por razones muy específicas y fundadas: esas «e» que mezclan lo masculine con lo femenino atacan todo lo que mantiene el poder de los mismes, los de siempre.

Hay una foto que se asocia irremediablemente al fachaleque y es la que se hicieron los representantes de todas las derechas españolas el 8 de octubre de 2019. Los principales representantes de los partidos políticos

conservadores y Vox (partido fascista, no es lo mismo que conservador) se unieron en la madrileña plaza de Colón para plantar cara a un enemigo común, Pedro Sánchez. Aunque entre el público había cientos de fachalecos, lo curioso es que ninguno de los líderes lo llevaba puesto. Como mucho, Albert Rivera, defensor de la emprendeduría típica de Silicon Valley y ya desaparecido del mapa político, lucía una chaqueta de ante idéntica a la que llevaba el señorito Iván en la adaptación cinematográfica que Mario Camus hizo de Los santos inocentes. Pablo Casado, fulminado también por fuerzas oscuras, iba con un tres cuartos acolchado muy elegante. Sinceramente, no sé darle una interpretación a eso, pero estoy segura de que la hay.

Ni progre ni pobre: cayetano

Dicen los progres en Twitter que la movilización permanente en Ferraz será un fracaso por el frío. Lo que les pasa a muchos de ellos, los progres pobres, esos de los que viven los progres ricos, es que no han estado en una estación de esquí en su vida, no conocen el poder de una Helly Hansen, no saben lo que es la rasca de las monterías.

Pero peor aún, no han madrugado en su vida. Porque entre los decentes solo están los bien equipados, también los que tienen callo, campo y calle. Somos capaces de organizarnos cual retiro de Effetá o Emaús e incluso de alquilar el local de al lado. Somos capaces de todo lo que no son ellos, porque conocemos la prosperidad y amamos España y no vamos a renunciar a ninguna de ellas.

Manifestante de la «cayeborroka»

Y aquí viene de nuevo Diego Ibáñez, el cantante de Carolina Durante. «Estábamos de acampada y se nos acercaron los de la tienda de al lado, que eran unos chavales muy majos con la típica pinta de pijos rancios de toda la vida, a preguntarnos si queríamos ir de copas con ellos. Cuando se marcharon nos reímos: "¿Qué hacemos con estos cayetanos?".» Después fue ya cuando adoptaron el adjetivo y se lo empezaron a aplicar a los amigos de una novia que tuvo el vocalista, pijos ociosos, a los que espiaban por Instagram porque sus vidas les causaban auténtica fascinación. Y de esa fascinación nació la letra del tema que les dio renombre. «Cayetano» se publicó en 2018 y, a su manera, cambió la historia cultural de España.

El grupo había dado con un nombre para un arquetipo que estaba en auge y que no se correspondía exactamente ni con el pijo de los ochenta ni de los noventa ni de los dosmil. Ni siquiera con el hipster. Frisando la segunda década del siglo xxi estaba claro que el término «pijo» englobaba muchísimos más significados que hace cuarenta años, cuando los Hombres G lo popularizaron. Ahora un pijo podía ser cualquier joven woke de izquierdas con una posición acomodada en el mundo o cualquier socialdemócrata con un piso en propiedad (ese lujo); cualquier hijo de un director de oficina bancaria pero también cualquier presidente

de un banco.

En los últimos años, además, había surgido un nuevo tipo de pijo, adorador del capitalismo patrimonial, cuyo aspecto era muy reconocible y particular. Ahora por fin tenía un nombre concreto. Cayetano.

Muchos de los rasgos diferenciales del cayetano surgieron como una reacción directa a los postulados de la nueva izquierda. Respondían a una guerra cultural en la que ganaba el que consiguiese no parecer progre ni pobre. El que dejase claro que en la batalla por los privilegios en un mundo en el que la justicia redistributiva regulada por el Estado estaba pasada ya de moda iba ganando.

¿Que usted está contra la crueldad animal? Yo soy taurino y me tomo fotos en el palco o voy de montería y subo stories de toda la jornada.

¿Que hace usted una defensa encarnizada de la educación pública? Yo romantizo las cualidades de la educación privada y que se vea bien el escudo de mi colegio exclusivo.

¿Que quiere usted contratos laborales y años de cotización para las empleadas del hogar? Que se vea que en mi casa hay una interna vestida con un uniforme trasnochado.

¿Que quiere un amplio parque de vivienda pública y acabar con los abusos en los alquileres? Que se perciba que tengo una residencia para cada época del año.

¿Que se impone el laicismo en los organismos públicos? Que se vea bien que me engalano para ir a ver a la Macarena y que los viejos rituales cobran un significado más católico que nunca.

¿Que me dicen que hay que reducir las emisiones contaminantes? Organizo manifestaciones en el centro de las ciudades subido en mi SUV.

¿Que las feministas quieren dar la vuelta a los roles de género? Que se vea que estoy dispuesto a honrar las instituciones que perpetúan esos roles y que convierto cada boda en una expresión de orgullo de clase pija.

Ese era justo el orgullo de clase que los fans de la banda madrileña Taburete, que se hacían llamar «Comando PAM: Pijos a Muerte. Brigada catalana», habían manifestado en un concierto del grupo de Willy Bárcenas a una periodista de El Mundo. Recordemos de nuevo qué dijeron: «Somos pijos a mucha honra. Por lo menos el pijo no es Kale Borroka». Fue en un recital en Barcelona, en 2016, justo un año antes de que el referéndum sobre la independencia de Cataluña produjese en muchos españoles (pero muy particularmente en los madrileños) una reacción alérgica que los llevó a llenar sus solapas, muñecas y balcones de banderas de rojigualdas.

En 2017, coincidiendo con la fiebre de la bandera española, los miembros de Taburete abandonaron las camisas hawaianas, las camisetas de algodón, los pantalones pitillo y las zapatillas plimsoles para transicionar de hipsters a cayetanos. La puesta de largo de su nueva personalidad más conservadora la hicieron, cómo no, en la revista Vanity Fair. Ahí, vestido de corbata y pajarita, quien habló fue Willy, el hijo del extesorero del PP que se mandó a una cuenta en Suiza 43 millones de euros de la caja B de su partido. Y entre otras muchas cosas afirmó: «Siempre digo que en la vida hay dos tipos de personas. Si has matado a alguien y llamas a un amigo, hay dos reacciones: o va a la Policía o trae una pala. Yo soy de los que llevan la pala». Su brújula moral estaba clara.

El cambio de imagen de Taburete era coherente con la deriva de los tiempos, en los que cada elección de vestuario, cada complemento, cada decisión estética, implicaba una cierta toma de postura ante la vida. Pero este no era en absoluto un tic exclusivo de los cayetanos. Los nuevos medios de comunicación de masas, es decir, las redes sociales, habían transformado totalmente la forma en que la gente construía su identidad. Y, en todo el planeta, la guerra política se había convertido en una guerra de símbolos.

El proceso que desembocó en esta guerra de símbolos había comenzado a inicios de los dosmiles con la aparición de My Space, Fotolog y finalmente Facebook, redes sociales en las que el lenguaje visual tomaba protagonismo: cada imagen podía contener un mensaje subrepticio. Pero el gran punto de inflexión se produjo cuando Kevin Systrom y Mike Krieger crearon Instagram en 2010. Lo hicieron pensando en un sistema que permitiese a los usuarios de móviles compartir públicamente las

imágenes que tenían guardadas en sus terminales; por supuesto nadie quería compartir sus peores momentos, sino los felices y ociosos. Y el ocio, que incluía la moda y el lujo, se había convertido en la industria más importante de las sociedades desindustrializadas. La cosa se sofisticó cuando le añadieron al invento hashtags que permitían englobar esos instantes de felicidad y asueto por temas: Instagram creaba universos simbólicos que permitían a cada persona adherirse a sus aspiraciones y, a la vez, hablar de sus principios.

Esta red social se convirtió en la plataforma perfecta para exhibir sin pudor los tres capitales: el cultural (las estampas de desayunos con tostadas de aguacates acompañadas de libros de autores de moda, no necesariamente de culto, se convirtieron en un género), el social (dejar ver con qué tipo de gente se relaciona uno, cuántos amigos tiene o a qué eventos es invitado empezó a ser natural) y el pecuniario (si uno podía permitirse un fin de semana en un balneario de cuatro estrellas o se había comprado un bolso de LVHM había que subir la foto). Después vino la posibilidad de etiquetar a personas y marcas comerciales. En tres años aquella app no solo había normalizado el exhibicionismo del privilegio (incluso entre ciudadanos que solo fingían ser privilegiados), sino que además lo había convertido en negocio: los usuarios más exitosos tenían la capacidad de generar necesidades en sus seguidores. Así nacieron los influencers y con ellos un star system completamente novedoso. Instagram convertía a cada ciudadano en una potencial valla publicitaria de productos que se asociaban de inmediato con la buena vida, el placer, la prosperidad. Y en los imaginarios a los que esta app daba alas no había espacio para la pobreza o la precariedad, ni siquiera para aquellos que quisieran denunciar ambas cosas.

Con esta premisa, obviamente aquel juego resultaba más interesante, más fácil y más ventajoso para los que ya poseían una vida social trepidante con unas conexiones apabullantes en entornos de ensueño. Instagram era una red social pija por naturaleza. En consecuencia, en ella encontraron magnífico acomodo aquellos cuyo universo simbólico era pijo a priori: desde los indies de toda la vida hasta los hipsters que empezaban a estar demodé pasando, claro, por los muy fácilmente reconocibles cayetanos.

El imaginario cayetano no abarcaba solo una estética, sino varias. Era el resultado de la sedimentación de todas las estéticas pijas que

habían existido en España. Una especie de cebolla de símbolos conservadores. Ahí estaban las americanas, los pantalones chinos, las camisas de Ralph Lauren tan características del «España va bien». Ahí estaban los trajes entallados de señorito piri de Cádiz y los mocasines con borlas brillantes, dando a su portador un acentuado aspecto de terrateniente o bodeguero. Ahí estaban las chaquetas Barbour, indefectiblemente asociadas a la elegancia de las clases conservadoras británicas y a sus landlords. Ahí estaban las sudaderas con nombres de universidades de la Ivy League, los Levi's de tintada clara, las zapatillas con suela de goma y los chubasqueros amarillos, que hacen pensar en John Fitzgerald Kennedy en un velero o una mansión en la Bretaña francesa.

Eso, en lo puramente indumentario. Luego estaban los usos y costumbres. Si vivir de las rentas había vuelto a convertirse en un ideal de vida en la era del capitalismo patrimonial, recuperar los marcadores simbólicos de las clases ociosas, sobre todo las decimonónicas, las que inventaron el capitalismo rentista, era una forma de reivindicar las esencias del paraíso perdido. Ahí estaban de vuelta los hoteles de lujo con sus aguas termales, los clubes privados con sus torneos, los internados de élite, los lawn sports, las regatas clásicas y, sobre todo, el universo cinegético, con sus colores naturales y sus perros de pedigree. Ahí estaban volviendo los círculos industriales, los casinos gremiales, los clubes privados urbanos, que habían entrado en declive en las primeras cuatro décadas de democracia y ahora recuperaban los herederos para poner geolocalizaciones chulas en sus posts. Ahí estaban de nuevo las fiestas privadas en casas suntuosas animadas por un gitanillo saleroso o un conjunto pop haciendo versiones de temazos yeyés. Ahí estaban las pandillotas de amigos capaces de llevar la lealtad hasta sus últimas consecuencias (siempre que esa lealtad no les haga perder pasta). Ahí estaba de nuevo la mujer perfecta, siempre en forma, siempre a régimen, siempre recién salida de la peluquería, siempre con el pelo largo y sedoso, siempre dispuesta a encontrar al amor de su vida. Atada a los mandatos de la dignidad patriarcal, aunque con pátina de emprendedora. La cayetana, siempre a la moda (no cualquier moda, sino una que le haga parecerse mucho a las demás cayetanas), ponía en marcha negocios relacionados con su propio estilo de vida y tarde o temprano incorporaba a su estampa personal el complemento definitivo: los hijos. Pero no sin antes haber pasado por todos los rituales exigidos, que también se convertían en un espectáculo para redes sociales y, si se

terciaba, en sistema de recaudación: la despedida de soltera, la pedida de mano, la fiesta preboda, la boda, la postboda, la luna de miel. Ahí estaba, por último, el hombre proveedor, ausente en redes, porque como proveedor que es, no tiene tiempo de hacer el imbécil.

Todas estas formas de estar en el mundo, que habían caracterizado a las clases altas desde la aparición de la sociedad de consumo, pero que habían entrado en declive (o al menos pasado a un plano discreto e invisible) durante los años de esplendor keynesiano, ahora se podían englobar bajo una categoría llamada «lifestyle». Y esa categoría podía ser fragmentada, reempaquetada y vendida como mercancía a todo el que quisiera hacerse pasar por rico o, al menos, acomodado. La emulación pecuniaria llevada al paroxismo.

De esta forma, los miembros de las clases más privilegiadas se convirtieron en los principales prescriptores de la industria del lujo, la moda, el entretenimiento, el turismo, la hostelería y la hotelería (todos pilares de las economías occidentales) solo por existir. Pero es que además esas industrias pagaban a sus prescriptores más exitosos por mostrar más y más parcelas de su estilo de vida; de manera que toda la horquilla de la clase alta y media alta (de princesas a aristócratas pasando por hijas de pequeños y medianos empresarios a terratenientes o simplemente pijas de clase media con ínfulas; de Carlota Casiraghi a María Pombo) soñaba con que alguna firma le acabase subvencionando una fiesta, un viaje, una crema o un bolso.

Instagram, que a la altura de 2018 ya se había convertido en la segunda red social más usada en España, era, entre otras muchísimas cosas, un óptimo catalizador del efecto Mateo: «Porque a cualquiera que tiene, se le dará, y tendrá más». Que las industrias de la moda, el lujo, el entretenimiento y la hostelería subvencionasen a influencers de las clases altas tenía un efecto aspiracional obvio: si ser rico era un negocio per se, muchas personas jugaban a imitar el estilo de vida de los ricos. Lo que también conllevaba una carga política indiscutible. Si las clases altas monopolizan una parte importante del universo aspiracional juvenil y esas clases altas son tradicionalmente conservadoras, la consecuencia parece obvia.

En los ochenta y los noventa, los jóvenes consideraban cool solo el patrimonio cultural y por eso el gran fenómeno que los definió fue el de

las tribus urbanas. Sus estéticas se definían por el rechazo frontal a los estilos dominantes y a las formas de vida tradicionalmente burguesas. Ambas cosas son las que ahora ensalzan y reivindican los cayetanos.

Los pijos, en el momento del auge de las tribus urbanas, no presumían de forma ostentosa de su forma de vida y hasta ellos mismos rechazaban ser llamados «pijos» porque eso les ubicaba en el espectro de los perdedores. Lo cuenta Karine Tinat en su libro Los pijos de Madrid, el estudio para el que entrevistó a finales de los años noventa a cien jóvenes madrileños que se reconocían a sí mismos como pijos. Todos eran más que conscientes de que «vivían bien». Pocos aceptaban hablar abiertamente sobre el patrimonio de sus padres. Eran minoría los que apoyaban el franquismo sin ambages, aunque casi la mitad de ellos respondieron que esa etapa de la historia de España había tenido «cosas buenas y cosas malas».

A partir del año 2000, con la aparición de los cachorros de las puntocom de Silicon Valley y la explosión de las celebrities bling bling, el patrimonio pecuniario empezó a convertirse en una cuestión juvenil: las grandes divas del pop eran veinteañeras millonarias, modelos de las grandes firmas de lujo, novias de rockeros... Y qué decir de los futbolistas, adolescentes con coches mil millonarios. Ellos eran los referentes del mundo. El culto al dinero y la personalidad solo fue en aumento. En la segunda década del siglo xxi, las celebrities eran ya una clase social por derecho propio con la que ahora competían los influencers. Formar parte de un estilo de vida premium y presumir de él se había convertido en lo más cool.

Ya en 2010, en España, los hijos de todos los pijos que a finales de los años noventa tenían miedo a decirle a Karine Tinat lo diferentes y especiales que se sentían por gozar de sus privilegios habían dejado de tenerlo. El neoliberalismo les había legitimado para estar enormemente orgullosos de su posición, el capitalismo patrimonial para querer perpetuarla y las industrias que sustentan las redes sociales para exhibirla.

Un silogismo se iba imponiendo: si ser rico es cool y los ricos son de derechas, ser de derechas es cool.

Partiendo de ese planteamiento, representar la pijez de la forma más evidente, exagerada y escandalosa posible era deseable. Todo ello en el

fragor de las guerras culturales que se extendían por todo el planeta. Si en Estados Unidos el enfrentamiento simbólico era el de señoritos urbanitas versus trabajadores del rust belt (en una falsa dicotomía generada por Trump), en España el choque se producía entre la nueva izquierda woke y la derecha defensora de las esencias de España. Las clases altas empezaron a rescatar símbolos de otros tiempos para representar y «defender» su posición en el mundo.

Si el pijo de los ochenta era hijo de la Transición, el cayetano era hijo de la España de los balcones posterior al referéndum catalán... y de las redes sociales. En 2014, mi amigo Patricio Alvargonzález, el brillante escritor e influencer satírico de la alta sociedad, escribió en Vanity Fair sobre los postus, una subespecie de pijos del paseo de La Habana de Madrid que se ponían el jersey en diagonal por el pecho en vez de atado al cuello y se distinguían escribiendo un misterioso «A.E.» en sus perfiles de redes. El fenómeno cayetano no había hecho más que arrancar, pero todos los elementos que los acabarían distinguiendo ya estaban ahí.

Hoy los jóvenes cayetanos ejercen su cayetanía con una autoconciencia que está estrechamente vinculada con el culto a la imagen: se integran en su identidad con la devoción con la que los mods, los rockers, los punks o los heavies se entregaron a sus colectivos en los noventa del siglo xx. Se agarran a sus símbolos con la fiereza que otorga el teenage angst.

A uno de esos símbolos, la rojigualda, se le han añadido claras connotaciones de clase. Ponérsela es decirle al mundo: mi familia tiene pasta, soy de clase alta, me debería ir bien. Pero por si eso no fuera suficiente, crean sus propias firmas de ropa, porque tienen el espíritu emprendedor, pero sobre todo, el dinero. El fenómeno Don Algodón que definió a los pijos de los ochenta se ha repetido en el nuevo milenio con una carga política mucho más clara: existe una firma de ropa adecuada para cada posición de la derecha española. Liberal constitucionalista: Ecoalf. Liberal ayusista: Scalpers. Españolista nostálgica: Spagnolo. Españolista nostálgica taurina: El Capote. Españolista coqueta para chicas que se pasan el día yendo a bodas: Bimani. Esto sin contar las pseudofirmas abrazadas por la ultraderecha para distinguirse: algunos miembros de Vox se dejan ver con gorras que llevan bordada la cifra 1492, el año en que Colón desembarcó en América. A eso hay que añadir las marcas que crean las influencers más conservadoras y a la

vez más exitosas de España, desde María Pombo hasta Tamara Falcó.

Los cayetanos, como las antiguas tribus, encuentran en la noche el ambiente perfecto para desplegar su estética y tejer sus redes en el mundo real. Y en la noche no son incluyentes; como las celebrities, no se mezclan con el vulgo. Para entrar en sus discotecas hay que apuntarse en listas VIP y para apuntarse en la lista VIP, conocer al que las gestiona. Yo conozco a uno. Fue quien me contó que en la discoteca Gunilla los fresas mexicanos saludan diciendo Arriba España. También me contó que otras discotecas que frecuenta suelen pinchar el himno de España y el Cara al sol. Como cuando Los Nikis sonaban en Pachá, pero sin sutilezas.

Cuando en noviembre de 2023 se produjeron los primeros disturbios en la calle Ferraz por el tema de la amnistía del PSOE a los independentistas catalanes y las redes sociales bautizaron el fenómeno como «Cayeborroka» lo primero que me vino a la mente fueron los chicos del Comando Pijos a Muerte que siete años antes habían ido a jalear a Willy Bárcenas a un concierto en Barcelona. España hacía escraches al padre del cantante, porque a la gente la desahuciaban de sus casas mientras él estaba de montería. Aquel chico, borracho de orgullo de clase pija, dijo que los suyos jamás recurrían a la violencia callejera. Pero lo hicieron. Y no para ganar privilegios, sino para no perderlos.

Coda

Llego a casa (una casa en la que vivo de alquiler) y me salta un anuncio en Instagram del banco donde tengo domiciliada la nómina. Es una frase de uno de sus clientes: «Yo no madrugaría todos los días si no fuese por dinero».

Me hace gracia que una gran corporación con sede en Holanda, el país donde se inventó la ética protestante del trabajo, recurra a una sentencia que esconde una velada reivindicación obrera y un sutil elogio del remoloneo en la cama. Después entro en Twitter y me encuentro con que el gallinero está revuelto porque un señor español que es vicedecano en una de las escuelas de negocios más prestigiosas del mundo, la Wharton School, ha dicho: «La idea del retiro es absolutamente nociva para la inmensa mayoría de los jubilados. Todo lo que conseguimos jubilándonos es que el declive cognitivo y de salud se acelere, te quedes desconectado de tus redes sociales, te sientas aislado… […] España es un ejemplo muy bueno, porque cuando un trabajador cumple cincuenta años, ya están pensando cómo quitárselo del medio. No nos lo podemos permitir. Es insostenible para el sistema de pensiones. Un empleado de sesenta años por término medio tiene otros veinticinco o veintiséis años de esperanza de vida. Y hay otro problema: que la mayor parte de la gente odia su trabajo, por eso se quiere jubilar».

Pienso que este jefazo de business school no hace un análisis tan equivocado de la situación porque sea una mala persona, sino porque no ha comprendido lo que los banqueros holandeses tienen clarísimo: la gente se quiere jubilar porque ello supone, para los que no pertenecen a la clase ociosa y han tenido la suerte de nacer en un país con estado de bienestar, disfrutar de su tiempo, por fin, libremente. Si las vacaciones pagadas y las libranzas equilibradas son el logro del que más orgullo sienten los responsables de la lucha obrera es por algo.

Yo no le hago mucho caso al señor de la Wharton porque sé que su trabajo consiste en alabar las bondades terapéuticas del trabajo para que el engranaje en el que todos somos piezas (él incluido) no deje de funcionar. Sin embargo sí le hago caso a mi banco. Hay que prestar mucha atención a los mensajes subrepticios que nos lanzan

las entidades financieras, porque ellas saben qué mueve a la gente que no tiene mucho dinero, pero sobre todo a la gente que tiene muchísimo. A la gente que quiere tenerlo y la que no puede.

Debo decir que a mí me encanta mi trabajo y, sin embargo, odio madrugar y aborrezco no disponer de mi tiempo libre. Vivo, simplemente, resignada a la idea de que formo parte de un sistema en el que se me paga por mi fuerza laboral y cotizo para algún día dejar de ofrecérsela al sistema. Admito que fantaseo con mi jubilación. Me veo con sesenta y cinco años, con las tetas caídas y la espalda hecha polvo de pasar horas en una mesa de oficina como Bartleby, yendo a nadar a la piscina del Club de Tenis de Ponferrada. Es mi lugar feliz. Tiene una piscina bellísima a las faldas del monte Pajariel en la que, a la hora adecuada, es posible nadar en soledad. En la cafetería hacen unos perritos calientes cuyo olor, mezclado con el del cloro y el indescriptible sabor del Bitter Kas, me transporta enseguida a la infancia.

Seguramente si le preguntarais a cualquier ponferradino si todo esto que acabo de decir es muy pijo os diría que sí. Aunque es probable que si le hicierais la misma pregunta al difunto Luis Escobar, marqués de las Marismas, pondría cara de asco (¿Ponferrada?) y os explicaría que no hay nada de peor gusto que bañarse en una piscina; y os contaría, como hizo en sus memorias, que cuando en el Club de la Puerta de Hierro de Madrid (que no tiene listas de espera porque no admite socios desde hace treinta años) se discutió por primera vez la posibilidad de abrir una pileta para el refrigerio estival de los socios, hubo una frontal oposición de muchos de ellos, porque nada les parecía más repugnante que chapotear en un caldo comunal.

Últimamente, cuando vuelvo al lugar donde nací, tengo la sensación de que una civilización está derrumbándose ante mis ojos. No me refiero a la reconversión que se llevó una industria, la del carbón, que estaba condenada a desaparecer (y menos mal; bajar a un pozo a picar no debía de ser precisamente genial). Tampoco al vacío imposible de llenar que dejó la explosión de la burbuja inmobiliaria, la gran esperanza a finales de los noventa. La escuela de cine, que abrieron en aquel tiempo en el que todavía se apostaba por la formación pública y a la que las autoridades locales, animadas por las nacionales, dedicaron una enorme

rotonda con un monumento ad hoc, ya no existe (la rotonda y el monumento siguen ahí). Por el camino quedaron también el Instituto de la Viña y el Vino, la Escuela de Turismo y la de Ingeniería Agroalimentaria. Después, junto a la aspiración de que el AVE pasara por la estación que en otros tiempos había sido un nudo ferroviario esencial para España, se desvaneció el sueño del centro experimental de CO2, que supuestamente iba a reconducir el uso de la central térmica, otra de las grandes fuentes de riqueza de la zona. Su derribo se televisó con una espectacularidad rayana en el sadismo en 2023. En octubre de ese mismo año, un centro de atención telefónica que daba trabajo a 173 personas hizo un ERE. Se llevó por delante todos los empleos. Quedan unos altos hornos, en ERTE desde 2002, y varios museos, por definición monumentos al pasado. En uno de ellos se explica a los turistas cómo una de las comarcas más fértiles de España abandonó la agricultura para convertirse en un lugar increíblemente próspero al volcarse en uno de los combustibles fósiles que acabaría produciendo el cambio climático. Y a pesar de toda esta retahíla de varapalos, fue el cierre de un Zara en el centro de la ciudad lo que me impresionó más. Amancio Ortega, quien abrió su primera tienda fuera de Galicia en Ponferrada, cuando esta era una ciudad próspera, ergo presumida, la cerró. Había dejado de resultarle rentable. Aquel gesto por parte del hombre más rico del mundo era demasiado simbólico. Un torpedo en la línea de flotación de mi «quiero y a ver si algún día puedo».

No siento pena por mi ciudad: se reinventará como lo ha hecho siempre, como lo hacen las economías y las civilizaciones. Además, qué fértil, qué bello es El Bierzo, donde en la posguerra nadie pasó hambre, gracias a que había más huertas que tiendas. Este verano fui a intentar terminar este libro a la biblioteca pública de Ponferrada. Tiene una sala de lectura que es un balneario decimonónico. Su olor y su atmósfera también me transportan a mi infancia. Muchos días, cuando salía de la piscina privada iba a ver a mi abuela, Julia. Es una jubilada de noventa años con pensión no contributiva que estuvo casada muchos años con un humilde empleado de economato. Vive en una casa en propiedad que yo nunca podré tener, aunque la quiera. Algunos pensarán que lo de ella es un privilegio. A mí, que odio madrugar pero voy todos los días a trabajar, se me encienden todas las alarmas cuando a los derechos se les empieza a llamar privilegios. Mi abuela va a pasear a menudo al parque que hay junto a su casa, un pinar inmenso que

en su día fue la finca privada del hombre que dirigió la Minera Siderúrgica de Ponferrada. El ayuntamiento lo compró en los años ochenta y lo hizo público para que los que quisieran disfrutarlo, pudieran. La verdad, no se me ocurre nada menos pijo.

Hemos visto a lo largo de estas páginas que la esencia de lo pijo tal y como lo entendemos hoy no nace de la exclusividad, sino de la posibilidad. Posibilidad de una metonimia de la riqueza y del bienestar, dos cosas que son bien distintas, aunque también estén íntimamente relacionadas, por desgracia, cada vez más. Ser o no ser pijo es algo muy relativo, que no tiene nada que ver con el dinero, aunque tenga todo que ver con él porque con el dinero se compra el tiempo y las mil y una formas que hay de llenarlo.

Lo pijo, como todo lo aspiracional, es una cuestión de símbolos y el significado de los símbolos cambia dependiendo del contexto y, en cada contexto, a lo largo del tiempo. Por ejemplo: yo he mencionado el «Bitter Kas» como la bebida a la que asocio a la felicidad. Otros, como Isabel Díaz Ayuso, se han encargado de convertir la cerveza en símbolo de libertad. La semana en la que estaba terminando este libro visité la taberna que Pablo Iglesias ha abierto en el barrio de Lavapiés. Él también quiere resignificar esta bebida. Sabe mejor que nadie que últimamente todos son juegos de representación, tanto de humildad como de riqueza.

Los juegos de representación de la riqueza que ahora nos parecen inherentes a la sociedad contemporánea son relativamente nuevos para los españoles, como hemos visto a lo largo de estas páginas. En Estados Unidos (también lo hemos visto) ya en los años veinte del siglo xx, se convirtieron en una práctica común que algunos jugaron muy fuerte, como reflejó Scott Fitzgerald en El Gran Gatsby. Esta novela narra la historia de un señor que pensó que, viviendo en la Tierra de las Oportunidades, él no tenía menos derecho al bronceado perpetuo, al champán y a los trajes caros que cualquier patricio con dinero viejo. Y se equivocaba, porque como explica Richard Conniff, el dinero viejo tiene sus reglas (en Estados Unidos exactamente igual que en la Vieja Europa) y es muy difícil acordarse de todas. Es curioso cómo el Gran Gatsby, un cuento con advertencia sobre los peligros de la disforia de clase, se ha convertido en una novela de culto entre los pijos. Tiene sentido: el propio Fitzgerald era un hombre atormentado por el querer y

el poder.

El viaje que hizo el Gran Gatsby cuando pasó de chatarrero a magnate es cada vez más complicado en el caso del españolito de a pie, y no lo digo yo: el personaje es tan representativo que existe un gráfico que muestra la relación (positiva o directa) entre la desigualdad económica y la inmovilidad social que se llama precisamente «La curva del Gran Gatsby». Dicha curva la han estudiado periodistas como Kiko Llaneras, Danielle Grasso y Borja Andrino, en el marco del proyecto Atlas de las oportunidades, impulsado por Felipe González, el presidente que gobernaba cuando en España se empezó a usar la palabra «pijo» como sinónimo de «persona que quiere aparentar pertenecer a una clase social adinerada».

Los periodistas llegaron a la conclusión de que un chaval nacido en 1998 en un hogar ubicado dentro del 10 por ciento más rico conseguía a lo largo de veinte años doblar los ingresos del hijo de un hogar ubicado en el 10 por ciento más pobre. Es decir: los jóvenes nacidos a finales de los noventa en España se enfrentan a un problema gravísimo de movilidad social que luego redunda en desigualdad, precariedad o, si lo prefieren, malestar. Todo parece indicar, de momento, que los nacidos después se enfrentarán a dificultades aún mayores. Si les va muy mal, como explica Sergio Fanjul en La España invisible, se acabarán (o nos acabaremos, quién sabe) deslizando hacia la parte baja de la clase media, hasta acabar en la pobreza, formando parte de un segmento de la población que nadie quiere ver pero que está ahí y que por algo se denomina «gente en riesgo de exclusión social».

El cliente del banco holandés que decía que solo madrugaba por dinero tiene, según ponía en la misma publicidad, treinta y siete años. Se libró por pelos de estar en la cohorte generacional que, según las previsiones, lo tiene más negro. Pero cuidado: a veces las previsiones de crecimiento pueden venir de gente que piensa que la jubilación es una lacra.

No hay nada más pijo que quitarle importancia al trabajo, es decir, al dinero. O quizá sí lo hay y es quitarle importancia a lo que los impuestos (el dinero que entre todos nos damos) proporcionan a los que no lo tienen (o tenemos, nunca se sabe). A veces me pregunto si el adjetivo «pijo» no estará evolucionando hacia el campo semántico

de la psicopatía. Vivimos tiempos muy complicados para la cosa pública, de desencanto radical hacia los poderes que administran nuestros ingresos. Tanto que en Argentina, por ejemplo, acaba de llegar al gobierno un señor, Javier Milei, que está dispuesto a cargarse todos los resortes protectores del Estado, con la connivencia de todos los que más necesitan de su amparo. A él le aplauden en público representantes de fuerzas políticas que en España consiguen una nada desdeñable cantidad de votos y que reciben dinero de uno de los hombres más ricos de Estados Unidos, el mismo que consiguió llegar a la presidencia de su país diciendo que los de izquierdas eran «pijos». Porque entre las fuerzas políticas que se oponen a lo público se ha puesto de moda llamar «pijos» a todos los que defienden sistemas redistributivos con resortes de protección colectiva, aunque no estén ellos mismos (los que defienden lo público) en riesgo de exclusión social. Los símbolos asociados a la riqueza que la mayoría poseemos son un arma con la que atacar al prójimo. ¿Cómo va un «progre» a un tener un chalet o conducir un coche?

Se suele decir que el auge de los fascismos se produce cuando, en las grandes crisis económicas, sus líderes consiguen canalizar la rabia de los perdedores. En otros momentos de la historia la rabia se transformaba en ultranacionalismo o xenofobia. Lo novedoso es que las nuevas fuerzas reaccionarias hablan el lenguaje del Gran Gatsby: el de la vanidad.

Diorama

Una de las principales dificultades para escribir este libro ha sido la de entender que no existe una bibliografía específica sobre el tema porque en realidad nos movemos por territorio ignoto. Digamos que la propia movilidad del término «pijo», su cambio permanente dependiendo del contexto social y económico, su cualidad escurridiza, hacen muy difícil crear una foto fija del arquetipo, como también hace ardua la tarea de crear una teoría en torno a ellos.

Para escribir este libro han sido fundamentales horas de lectura y documentación, horas de observación que han venido dadas en parte gracias al entorno profesional en el que me he movido durante años, pero sobre todo muchas horas de conversación (en parte con gente que conocí en ese mismo entorno profesional).

Algunas (solo algunas) de las conversaciones que han ayudado a orientar este trabajo son las que vienen a continuación. Han sido escogidas porque resumen universos y momentos de la historia de España que de otra manera sería muy difícil plasmar.

Me he resistido a titular este apéndice como «Diorama de pijos» porque muchos de los que hablan son buenos amigos o gente del entorno de buenos amigos a los que no quisiera encasillar bajo una etiqueta tan mezquina, por mucho que ahora mismo tenga buena reputación. Y porque, además, pese a nuestras diferencias de clase, e incluso ideológicas, como dijo Karine Tinat (quien me mandó su trabajo sobre los pijos de Madrid con gran generosidad), todos podemos ser el pijo de otro.

Ningún nombre es real y han sido suprimidos todos los datos que permiten identificar a las personas que gentilmente me regalaron su tiempo para hablar conmigo. A todos, muchas gracias.

Un despacho en un pueblo

JULIA, 95 AÑOS

Mi abuelo tenía un despacho precioso, lleno de libros con cubiertas de piel y letras de oro. Tenía mucho capital porque había sido capitán en la guerra de Cuba y recibía una paga muy buena. Había nacido en una familia muy humilde, como eran todas las del pueblo, pero antes los ricos que no querían ir a la guerra pagaban un buen dinero a otros para que fuesen por ellos y él lo aceptó y, debía de ser listo, porque fue medrando y subiendo de rango hasta que le hicieron capitán en la guerra de Cuba. Acabó recibiendo incluso la medalla de San Hermenegildo. Estuvo destinado en Madrid, en Barcelona y en Mallorca.

Estando fuera compró muchas propiedades y nuestra casona, que había sido propiedad de los marqueses de Villafranca, los dueños del Palacio de Arganza, porque aquellas familias ya no podían mantener todo. Cuando por fin volvió al pueblo era un terrateniente. Metió a trabajar en la casona a varias chicas, que eran hermanas. Había estado casado con la hija de un superior, pero no volvió al pueblo con ella, solo con el hijo que habían tenido, el tío Sabino.

El caso es que se encaprichó de una de las criadas, mi abuela, que se convirtió en señora de la casa; el resto de las hermanas siguieron trabajando de servicio. Mi tío Sabino fue a estudiar Medicina a Valladolid y le fue muy bien. Nunca le volvimos a ver. Mi madre y su hermana se criaron como señoritas, no trabajaron jamás, pero nunca salieron del pueblo. El resto de mis tías abuelas siguieron siendo el servicio.

El Capitán era el dueño del pueblo en un momento en el que la gente no tenía nada: las casas humildes no tenían ni cocina, sino una zona de piedra con una salida de humos donde se colgaba un pote de una enorme cadena donde calentaban caldo, que era todo lo que comían. En casa del Capitán había una cocina bilbaína de hierro para guisar y una cocina de leña para curar la carne de la matanza.

La gente del pueblo iba a segar la hierba, a trabajar la huerta o a vendimiar las uvas de mis abuelos solo por comer. Lo comentaban: «Vamos donde doña Esperanza, que ponen esos pimientos y esas patatas

con bacalao...». Teníamos una despensa que parecía una nevera. Estaba la gente trabajando, empezaba una tormenta y ya había una cola del demonio. Freían lomo de cerdo y le ponían una tapa con manteca. Me acuerdo de cómo olía aquello y de ver a mi abuela bajar con una cesta enorme y sacar aquellos filetes tan buenos... Los jornaleros se volvían locos.

En nuestra finca había toda clase de frutales: perales, almendros, nogales, ciruelos, melocotoneros, cerezos, guindos. Teníamos gallinas y cerdos. Toda la tapia estaba llena de colmenas de abejas. Nunca faltaba la miel. Hacíamos vino y lo vendíamos. De aquella como no había nada, las diferencias eran muy grandes. Ahora la gente en general va bien vestida, tiene luz eléctrica, agua corriente, aseo. Entonces la gente pasaba tanta hambre que en la siega había familias que iban a la espiga, que consistía en buscar grano sobrante en el suelo después de la siega para poder hacer pan.

En invierno la oscuridad en los pueblos era total. Nosotros teníamos sistemas de carburo y también usábamos velas, pero en las demás casas cuando caía la noche, no tenían nada de eso. ¡No tenían para comer, iban a tener para petróleo! La gente se juntaba para contar historias alrededor del fuego: era lo que llamaban el filandón.

Mi abuelo tenía caballos y un carruaje con el que iba a la ciudad. Allí compraban telas para la ropa y tenían una máquina de coser propia con la que hacían enaguas blancas con puntillas. Mi madre y mis tías iban vestidas impecables y, claro, eran las raras, porque en aquel pueblo tan pobre la gente andaba siempre llena de remiendos y había niños con las manos tan sucias que tenían hasta heridas. Nosotros teníamos un pozo propio y palanganas con jarras para lavarnos por las mañanas.

Aunque yo ya viví las migajas del Capitán, siempre dormí entre sábanas de algodón en colchones de lana, cuando lo normal era que los colchones fueran de rafia rellena de hojas de maíz. Me acuerdo de ver a unas señoras sacudiendo aquellos colchones en la era. Supongo que por eso se dice eso de «dormir entre algodones».

Recuerdo que en las fiestas poníamos en pie un pabellón granate de terciopelo con flores y hojas bordadas que en el centro tenía una especie de altar. La procesión que salía de la iglesia terminaba en nuestra casa. Al parecer cuando se casó mi madre, mi abuela paterna no quería que el

Capitán entrase en su casa porque le daba mucha vergüenza: «Qué bien habla, qué educación tiene. Es un señor», decía ella. Mi abuelo paterno, que era un labrador muy humilde, se enfadaba mucho: «Será un señor pero es una persona, igual que nosotros».

Después, cuando empezó la Guerra Civil, el Capitán ya había muerto y se echó todo a perder: mi madre y mi tía se casaron con unos señores que no supieron mantener el patrimonio y ellas no podían firmar ni un papel, porque de aquella las mujeres no podían. No le dieron ningún valor a lo que teníamos. Recuerdo ver cómo quemaban muebles preciosos en algunos inviernos muy fríos. Y cómo para tenernos entretenidos a mí y a mis hermanos nos dejaban que recortásemos los dibujos de aquellos libros forrados en cuero con letras de oro. Y pesar de todo, la verdad es que en el campo nosotras no trabajamos nunca.

Era una vida maravillosa pero...

MARÍA, 74 AÑOS

Éramos un chico y tres chicas y mi padre decidió que el chico iba al colegio y después a estudiar la carrera y las chicas nos quedábamos en casa con una institutriz que nos enseñó a sumar, a leer y a escribir. Era una vida aburridísima, espantosa, por las mañanas las tres hermanas solas en una clase absurda y luego con una profesora de inglés y otra de francés. Mis padres estaban muy poco en casa. Mi padre viajaba mucho a Madrid, a Barcelona y a Bilbao, porque fue cuando hizo su expansión empresarial y siempre iba con mi madre, porque era muy hipocondríaco. Se marchaban el martes y volvían el viernes y estábamos en manos de la cocinera y de tres chicas. La gran diversión era ir al planchero a planchar con ellas. Eso estaba muy bien visto, porque se consideraba que el que lo hacía estaba atendiendo muy bien a sus hijos.

Mi padre lo que siempre quiso para nosotras es que aprendiéramos idiomas y viajáramos. Era consejero de una compañía naviera y cuando yo tenía once años nos mandó a hacer cruceros con la señorita y una de las chicas de casa. Fuimos a Beirut, a Alejandría, a Italia, a Portugal. A mí no me gustaba mucho porque pensaba que por qué no venían nuestros padres con nosotras, pero todas las noches había fiestas en cubierta y bajábamos a mirar. Lo pasábamos pipa.

Después nos dijeron que nos mandaban a un internado a Suiza a mi hermana y a mí y no nos importó nada: por fin íbamos a ser normales e ir al colegio como las demás niñas. La señorita nos llevó a Madrid y cogimos el avión solas. En Ginebra estaba esperándonos una prima de mi madre que entonces tenía a su marido de cónsul en Berna. Lo que más me impresionó al llegar fueron los dormitorios, unos cuartos gigantes con camarillas que eran como pequeñas celdas de madera con una cortina. Había mucha gente extranjera; suizas poquísimas, más bien francesas. Hicimos pandilla muy rápido y nos divertimos mucho porque nos sentíamos acompañadas. Yo además estaba fascinada por esa poesía de lo francés y me encantaba Françoise Sagan. Lo que he fumado yo en esa época...

En mi casa no se hablaba de política, mi padre era un industrial muy práctico, jamás se hablaba de política. Y una vez una francesa dijo:

«Vivís en una dictadura». Yo no tenía esa noción y me callé. Nosotros habíamos ganado la guerra, así que por fuerza teníamos que ser los buenos. Luego descubrí que no.

En ese internado descubrí también el esquí. Los jueves y domingos nos llevaban a Le lac noir, la típica estación suiza que no tiene nada que ver con una estación grande. Era como si fuese el frontón del pueblo. Recuerdo que tenía un anorak azulito monísimo. En el colegio íbamos con una falda gris entre semana. Luego había un vestido de domingos que era una cosa que olía como mal, con unas palas grandotas.

Después nos mandaron a una finishing school a Inglaterra, cerca de Londres. Ahí dormíamos juntas en una casita antigua que era como un cottage y se llamaba Dorchester House. Esos colegios se organizan así, tienen una casa principal y varias adyacentes. Nosotras dormíamos en el piso de arriba siempre con una house mistress que vigilaba lo que hacíamos. Recuerdo que el comedor era precioso, muy luminoso, con unas cristaleras, como si fuese una orangerie, con unas mesas corridas y unas sillas importantes, tipo Chippendale. Los domingos nos quedábamos allí haciendo tertulia. Salíamos mucho a pueblos de los alrededores: a Cambridge, a Oxford, Stratford-uponAvon. Las extranjeras nos sacábamos el Proficiency y algunas nos apuntábamos a drama. Teníamos una profesora de interpretación que nos enseñó fonética, expresión corporal y que nos llevaba mucho al teatro a Londres. Yo vi a Peter O'Toole haciendo Hamlet en el Old Vic, a Richard Burton haciendo Othello y a Nuréyev y Margot Fontaine haciendo El lago de los cines. También nos llevaban al Royal Albert Hall a ver conciertos de música clásica. A veces íbamos a Liberty a mirar o a comprarnos jerséis de ochos de lana de Shetland a Westaway. Los zapatos mocasines nos volvían locas.

Ese año y el año anterior vivimos la explosión de los Beatles. Nos poníamos en la sala de la televisión, todas en bata y pijama, y aunque aún ni se habían cortado el flequillo nos parecían unos melenudos. Después nos dejaban poner Radio Luxemburgo. A mí me encantaba la canción francesa. Mi hermana tocaba canciones de Françoise Hardy con la guitarra. Claro, cuando volvía a España y escuchaba a Rocío Dúrcal o el Dúo Dinámico pensaba: «Qué espanto». Fíjate que tontería, si son fabulosos.

Un día recuerdo que nos preparamos la ropa porque íbamos a las

carreras de Ascot. Mi madre nos había encargado unos trajes de chaqueta estilo Chanel en una modista y fue divertidísimo. Cuando volví a casa le dije a mi padre que quería ir a la escuela de intérpretes de Ginebra, pero como no tenía bachillerato me fui a Londres una temporada por mi cuenta, a una academia. Al final no hice nada y volví. Luego ya conocí a Carlos, que era un jugador de tenis excelente, y empecé a salir con él. Me dediqué a jugar al tenis, a esquiar. Él tenía su bote y nos pasábamos todo el día en la playa, en la naturaleza, al aire libre. A los 21 años me dijo: «¿Por qué no nos casamos?».

Era una vida muy libre. Pero yo hubiera dado las dos piernas por ir a la Universidad.

No eran como nosotros

MERCEDES, 60 AÑOS

El verano era la felicidad completa. Nosotras íbamos con el chófer que nos llevaba en un Mercedes enorme que había sido de mi abuelo con el servicio y las chicas y luego él bajaba otra vez a Madrid y cogía el coche de mi madre. El coche de mi padre no se tocaba. Le encantaba tener todos los Citroën Tiburón. Los tuvo de todos los colores. A mi padre le gustaba mucho correr. Afortunadamente nunca le pasó nada. Mi padre condujo casi hasta que se murió un Jaguar con el que iba a hacer sus negocios.

De vacaciones yo me movía en una moto que me había construido el chófer precisamente. Era un manitas y de unas piezas de una cosa y de otras piezas de otra, me la hizo. Era horrorosa, como de color caca, pero a mí me encantaba. Mis hermanas hicieron una puesta de largo muy importante en el Palacio de Pedralbes de Barcelona, un sitio maravilloso, con jardines. Eran unas veinte chicas más o menos de la misma edad, amigas de mis hermanas y de gente de allí. Fue una fiesta muy elegante, con mucha parafernalia. Entre los requisitos estaba que debían ser vírgenes, tener dieciocho años y gozar de un nivel adquisitivo alto, aunque no había que tener título nobiliario. Eran todas buenas familias que se conocían, porque en esa época nos conocíamos todos. Iban todas con el mismo vestido blanco y era un acontecimiento muy formal y muy estudiado: las chicas bajaban con su pareja del brazo por las escaleras y después había un baile. Las que tenían novio iban con su novio y fue el caso de mis hermanas, que tuvieron novio desde muy jóvenes. Antes se tenía un novio en la vida y ya era con el que te quedabas.

Yo fui con mi novio a una puesta de largo en Fuenterrabía. La de unas amigas mías que eran hijas de diplomáticos y veraneaban allí como todos nosotros. Recibí una invitación que era muy parecida a una de boda. Fue en una casa palacio, justo enfrente del Parador, de piedra por fuera, con su escudo, con su zaguán, con unos suelos de caoba preciosos y una biblioteca enorme. Tenía un jardín pequeñito detrás y dentro una escalera maravillosa. Yo me puse un vestido verde claro con escote pico que se ataba al cuello y dejaba la espalda al descubierto. Los chicos iban con esmoquin. Yo tenía diecisiete años y ellas, eran dos hermanas,

diecisiete y dieciocho. Aunque no eran inglesas vivieron toda la vida en Inglaterra y lo parecían porque eran rubias, rubias y tenían los ojos azules. Invitaron a gente de San Sebastián, amigos suyos, hijas de amigas de los padres. El regalo a las niñas lo hacían los padres de los invitados: los míos les regalaron unas pulseras de Loewe que eran como rígidas, pero que se cerraban con una bisagra, doradas, como de un dedo de ancho forradas de cocodrilo. Me encantaban. Había cena pero no recuerdo qué nos pusieron porque bebíamos bastante en aquella época. Tú ibas a un bar con quince años, pedías un txiquito y te lo ponían.

Antes eran muchísimo más fáciles muchas cosas porque no estaban prohibidas: solo estaba prohibido el sexo. Por las noches salías a beber, a pasártelo bien por ahí. Había una discoteca, El Faro, con unas vistas maravillosas al mar. Por las tardes quedabas en una casa a fumar. Entre cuatro amigas compartíamos una cajetilla y venga. A veces hacíamos guateques en casa de unos y de otros, nuestros padres nos ponían un perolo de sangría y ahí ibas cogiendo sándwiches y patatitas. Se bailaba pegado, todo lo que podías, si no había nadie vigilando, y normalmente no vigilaban porque sabían con quién andábamos. Todo lo que podías hacer, lo hacías, pero todo bastante sano. En aquellos veraneos se hicieron muchísimas parejas. Yo tenía hora de vuelta a casa, muy pronto a las diez, menos cuando salía con mi hermano, que como iba con él ya se quedaban tranquilos. Yo no entendía por qué mi hermano podía hacer cosas que yo no podía hacer. Mis grandes choques con mi madre fueron por eso. Cuando te haces más mayor ya lo entiendes. Aunque los chicos antes nos respetaban más en el sentido de que eran más atentos, más educados, te trataban como si fueses algo preciado. Nos lo pasamos muy bien, tuvimos una adolescencia y una infancia estupenda y no me obligaron mucho a estudiar. Cuando volvíamos a Madrid nos seguíamos viendo, los fines de semana. Íbamos a Pachá, al Trece, a Tartufo y a uno que se llamaba los Gitanillos, en Lagasca. No sabíamos si éramos pijos porque no se usaba esa palabra y además nosotros nos relacionábamos con nosotros, no había gente de fuera. Yo me empecé a ver diferencias en el colegio, donde había niños de pago y niñas que no, ahí me di cuenta de que existía otro tipo de gente que no eran como nosotros.

Aprendías a hacerte el nudo de la corbata

FERNANDO, 48 AÑOS

No era nada habitual ir a un internado cuando fui yo, era una rareza, la verdad. Entré allí con once años, eran los ochenta y entonces los colegios ingleses eran más duros, tenían sus reglas y daba igual quién fueras tú. Los españoles en general iban solo a colegios católicos y sobre todo las familias vascas mandaban a sus hijos a colegios de jesuitas. En mi colegio había hijos de familias con profesiones liberales: médicos y abogados, con dinero, pero que hacían un esfuerzo. Los que eran hijos de grandes empresarios se notaba porque venían con chófer. Esas diferencias las notábamos dentro del núcleo español, pero en el núcleo inglés no eras nadie. Nosotros éramos, digamos, como los emigrantes del colegio y además al español le costaba mucho integrarse por el idioma. Había buen nexo con los hijos de las familias potentes de Malta o de Gibraltar, por el vínculo Mediterráneo y porque también eran católicos. También había muchos chicos de colonias de la Commonwealth.

Fui en la época de la guerra de las Malvinas y tenían apelativos despectivos para referirse a los españoles, nos llamaban «spic», que es un término equivalente a sudaca. En el caso de los ingleses había muchos hijos de militares porque el Ejército les pagaba los internados. Cuando salías de aquel entorno y te ibas a los bares se notaba mucho la profunda división de clases, tan característica del país, y en la calle, dependiendo de tu acento enseguida te calaban. Allí había eso del inglés U, que es el que usa la Upper Class y el Non U, que es el de las clases medias con aspiraciones. Aquí existen los acentos, pero no tienen unas connotaciones de clase tan profundas como allí. Con catorce años ya aprendías a imitar diferentes acentos, dependiendo de la clase social de la que quisieras parecer. Por ejemplo, yo ponía acento cockney para ir al pub, porque si no directamente te podían pegar dependiendo de cómo te dirigieras a la tía de la barra.

Cada trimestre había un deporte «oficial». En Michaelmas, que es como se llama al primer trimestre, se practicaba rugby; en verano se hacía piragüismo. Había ligas de colegios y cuando íbamos a jugar contra los de Eton o los de Harrow, que eran los hijos de los lores y de la aristocracia inglesa, notabas que eran diferentes sobre todo por cómo hablaban: jamás decían palabrotas. Decían palabras equivalentes a

carámbanos, córcholis, ese tipo de cosas. Era curioso porque nosotros pensábamos: «Ahí vienen los pijos». Nos daba la risa.

Desde que entrabas se te inculcaba un gran respeto a la jerarquía, estaban muy claros los rangos de profesores pero también de los alumnos: había un house prefect, un house captain... En función del puesto tenías unas ventajas u otras. Si eras bueno en deportes tenías ciertos privilegios y conforme ibas avanzando de curso y haciéndote mayor te asignaban a otro alumno más pequeño para que te hiciese los recados. Por ejemplo, en ciertos niveles no tenías ya que hacer colas en el comedor o en la ducha o al recorrer el college te permitían tomar atajos y caminos que estaban vetados a los más pequeños. El rango se distinguía por las chaquetas, que cambiaban de color o estampado en función del nivel. Te enseñaban a hacerte la corbata y conocías a la perfección los diferentes nudos y cuándo había que hacerse cada uno. Andar siempre con chaqueta y corbata de alguna forma te preparaba para que luego, al salir a la vida profesional, ponerte el traje fuese mucho más natural. Estaba permitido pegar a los alumnos con una vara y cuando te pegaban tenías que dar las gracias, era alucinante. Tenías que decir «thank you». Pero al mismo tiempo se nos inculcaba el respeto individual: se respetaban mucho las opiniones del otro, se fomentaba mucho el debate, desde pequeño te enseñan a debatir y se premiaba al mejor orador.

Luego organizaban balls en Londres a los que se iba de traje y venía gente todos los colegios, quedabas en King's Road, donde estaban todas las tiendas de moda. Recuerdo perfectamente ver a las sloaneys, que eran las chicas que iban a Sloane Square a buscar marido. Los chicos iban con blazers antiguos de sus padres y pantalones rotos, muy baggy. Era cuando se empezaban a llevar las Doctor Martens. Yo es que siempre fui más libre y pasaba más de todas las modas.

Los españoles el networking puro y duro no lo hacían en esos colegios, sino en los de Suiza, que eran ya otra liga. Esos eran colegios para la verdadera jet set internacional, donde había comodidades a la carta. Allí iban los hijos de los oligarcas. Más tarde, cuando llegó el bachillerato internacional, hubo mucha transferencia desde los colegios ingleses a colegios estadounidenses y se puso de moda mandar a los hijos a colegios de Canadá y Estados Unidos, donde eran mucho menos estrictos. Era el sistema inglés pero con lujos. Aquellos eran reductos de

ricos donde se hacía mucho namepropping. Ahora que ya no son una gran potencia, una de las mayores industrias de Inglaterra son los colegios, por la mística que se ha creado en torno a esa educación privada y el mito de las public schools como fábrica de élites. Va gente de absolutamente todo el mundo y de hecho muchos de esos colegios ahora pertenecen a empresas chinas. Se ha perdido un poco el espíritu que conocí yo.

Hoy en día si quieres mandar a tu hijo a un colegio privado en Inglaterra hay una estructura bestial pensada para acoger esa demanda y tienen agentes en todas partes, en España también. Los motivos que mueven a la gente son muy diferentes a los de mi tiempo. Hoy en día mucha gente manda a su hijo a un colegio dependiendo de si allí acuden también miembros de esta familia o de esta otra y hasta existen informes donde te ofrecen ese tipo de datos. Lo sé porque yo me fui a recorrer tres o cuatro para decidir a cuál mandar a mis hijos.

Aquel verano del 92

JAVI, 45 AÑOS

Al club de tenis de Santander iba siempre, absolutamente siempre, hasta que dejé de ir cuando me vine a Madrid. Mis amigos íntimos eran los del tenis, pero yo tenía más pandillas y me relacionaba con otros ambientes: había gente del tenis que no era capaz de ir con otra gente.

Yo empecé a ir porque le pedí a mi padre que me metiera a ballet. A él le horrorizó la idea. «Pues te meto a judo», me dijo y yo le decía: «No quiero, papá, quiero ballet». Porque claro, yo lo que quería era meterme en unas puntas. Y un buen día me dijo: «Te he hecho socio del tenis para que puedas ir a nadar y a hacer deporte». Así que empecé a ir ese verano con un vecino del séptimo, aunque en cuanto entré ya hice pandillita con la gente guay y pasé del pobre vecino del séptimo.

Muy rápido empecé a jugar a hockey sobre patines, porque yo patinaba muy bien y aquello era como el ballet pero dándote hostias con palos. De ahí salieron mis mejores amigos de esa época, y uno de ellos dice que su primer recuerdo de mí era verme ir del Sardinero al tenis en patines, con las rodilleras, las espinilleras, la coquilla, que era la protección del paquete. Yo llevaba unos shorts superapretados y supercortos, que habían sido de mi hermano y se me salía todo el cachete por detrás. Parecía Rihanna.

Ese verano, que tendríamos doce años, empezamos a beber. Saltábamos desde el tenis al Palacio de la Magdalena y entonces íbamos caminando por unos acantilados hasta unas rocas y nos juntábamos treinta personas los viernes y sábados por la tarde, bebíamos kalimotxo y fumábamos. Yo intenté fumar a toda costa pero no pude. Los sábados había discoteca en el tenis, siempre pinchaba el mismo disc jockey que era el que iba a todos los clubes de Santander y había un concurso de baile. El pinchadiscos anunciaba que empezaba el concurso; bailabas y él decía quién era el ganador. Como lo de ballet no había podido ser, empecé a decir desde muy pequeño que quería ser actor. Gané dos veces, una con «Ritmo de la noche», de Mystic y otra con «Faith», de George Michael. El premio era un vinilo de Duncan Dhu, el Supernova, de la época en que Mikel Erentxun llevaba melenita como Bono el de U2.

Eran los noventa y entonces íbamos todos vestidos exactamente igual, incluidas las chicas, con vaqueros y camisetas blancas muy amplias. Ellas se ponían zuecos de colores, que tenían toda la gama del arco iris, y todas iban con el pelo empapado en espuma, lo que les hacía un cerco en la camiseta por detrás. Cuando el pelo se secaba se les quedaba rizo y se lo recogían en unos coleteros que llamaban chochos. Había filtros que te hacían hermanar: por ejemplo, si llevabas los Camper Bachelor, que son los típicos zapatos de cordones tipo inglés, pues ya había conexión. En cambio llevar Levi's de Araña, que eran de unas tiendas de Levi's sin etiquetas, era lo peor. O por ejemplo, los etiqueta naranja estaban prohibidos. Te morías de vergüenza con unos puestos. Luego, si jugabas al tenis, la raqueta tenía que ser Prince, Wilson, marcas de primera.

En invierno era más coñazo, el club estaba muerto y bajabas ahí a El Pajar, un sitio donde estaba la tele y unos sillones que habíamos hecho totalmente nuestros. Estaba tan naturalizado que nosotros éramos los guays, que nuestra pandilla era la pandilla guay, que no pensábamos en los que no lo eran. Sabíamos que existían, pero no los veíamos. Recuerdo que había un niño con mucha pluma, que todo el mundo sabía que era el marica del tenis, y una vez un grupo de chavales le intentó pegar, yo salí a defenderle, porque me parecía horrible. Si andabas solo con las niñas eso era sospechoso. Yo andaba mucho con niñas, pero como estaban por mí, eso descolocaba mucho.

A pesar de la locura de las marcas, no recuerdo medir a la gente por el dinero: las hermanas de nuestras amigas, de las generaciones siguientes, ya eran mucho más de salir a cenar a restaurantes caros y de planes más pijos, eran mucho menos inocentes.

El tenis fue mi refugio porque las madres tiraban ahí a sus hijos y yo, que me había quedado huérfano, siempre encontraba compañía ahí. Conocías a todos los empleados. Recuerdo a Guti, que era un camarero guapísimo, a José y Miguel, que eran los señores del bar de abajo del tenis, donde daban hamburguesas de pollo con mayonesa que estaban buenísimas y la carta de helados era de Camy. Me acuerdo porque no había Frigopie, que me encantaba, y entonces pedía Colajet. Allí los niños no pagaban nunca, les decían a los camareros que lo apuntaran y luego se lo pasaban a tus padres. Yo nunca pedí permiso en mi casa, pensaba que era una cosa del club y lo daba por hecho: comía y

merendaba tan tranquilo. Pero a los quince años los niños ya pasaban a la cuota de mayores y entonces estalló la bomba: mi padre llevaba años sin pagar. Me dieron de baja y esas navidades entre todos mis amigos me pagaron la entrada de la fiesta de Nochevieja, que costaba un pastón si no eras socio. Después el gerente se compadeció de mí y no sé cómo me perdonaron parte de la deuda.

Creo que como yo había tenido una desgracia familiar y todo el mundo lo sabía, pues me escogieron un año para ir de Manolo a la corrida inaugural de la plaza de toros, que era una historia benéfica que organizaban las mismas que hacían el rastrillo en la plaza porticada. La organización escogía a cuatro chicas bien situadas socialmente, que eran las Manolas, y cada una de ellas elegía a su acompañante. Una amiga mía del colegio me escogió a mí. Te hacían una foto y lo anunciaban en el Diario Montañés y luego te metían en una carroza, te daban una vuelta al ruedo y después te subían al palco a ver la corrida, un coñazo horrible, viendo cómo matan al toro. Después te volvían a sacar en la carroza y te llevaban en un coche al Club Marítimo, de traje y corbata nosotros, ellas con peineta. Llegabas ya borracho como un piojo al Club Marítimo, que es un edificio blanco racionalista precioso, por dentro todo forrado de madera con barras de capitoné. Las señoras te hacían fotos, eras el protagonista de la fiesta. Yo no era muy consciente de lo que significaba aquello, me parecía algo divertido, como un casting. Los Manolos y las Manolas eran los guapos de Santander y te sentías muy halagado, te hacía ilusión. Había ambiente de ligoteo y yo estaba muy anestesiado. Estaba convencido de que me gustaban aquellas chicas. Una cosa que se me quedó muy grabada es que entre los tíos se preguntaba si una tía «tiraba» o «no tiraba», que era la forma de decir si se dejaba tocar las tetas o no. Yo en el fondo no quería que tiraran, claro, porque aún no me lo admitía a mí mismo, pero era gay.

Si venías dos veces y eras un coñazo, ya no había una tercera

MANUEL, 47 AÑOS

Yo llegué muy joven a Barcelona a finales de los 90, para trabajar en el sector editorial e inevitablemente entrabas en contacto con esos círculos por toda la vida social que rodea al mundillo. Ahí quedaba una memoria de lo que había sido la Gauche Divine, había una mitificación bastante palpable de lo que habían sido los sesenta y los setenta, la edad de oro en la edición, la publicidad, la fotografía, la arquitectura. Se ensalzaba de aquel tiempo una capacidad de disfrutar de la vida muy importante que se asociaba a las veladas del Giardinetto, las noches del Bocaccio, la presencia de los grandes escritores latinoamericanos. Por un lado estaban los escritores que venían de aquello y que tenían relación con aquel mundo, el de los Herralde, los Tusquets, y por otro lado el universo de los escritores más jóvenes, del momento, que eran mucho menos pijos y colaboraban con las editoriales o escribían en esa plétora de revistas modernas que surgieron entonces como Abarna o AB, nacidas en la resaca de los Juegos Olímpicos. Lo que latía en el ambiente eran las ganas de recuperar esa edad de oro barcelonesa. Había una pasión por el diseño y por el oropel muy curiosa: todo restaurante debía tener los platos cuadrados o las tazas cuadradas y una iluminación muy extraña. La emergencia de El Bulli como referente hizo que todos los restaurantes jugaran con texturas y no eran necesariamente restaurantes carísimos. Podías encontrar menús muy asequibles en los que siempre había un experimento inspirado en la cocina de Adrià, a menudo fallidos. Claro, eso viniendo de Madrid, donde lo normal era comerse un chuletón, pues era llamativo. Había una voluntad de sofisticación que a veces era un poco ridícula. En el mundo editorial los veinteañeros ya frecuentábamos restaurantes. Nos gustaba eso y lo cultivábamos mucho. No teníamos nada que ver con ese otro pijerío transversal, que existe en toda España, el que navega, caza o va a segundas residencias en el campo, el que va con chaquetas Teba, que es el que vive en la parte de arriba de la Diagonal y con el que me relaciono más ahora. En Barcelona siempre ha habido la línea imaginaria que traza la Diagonal y había mucha gente que se enorgullecía de no subir a la parte de arriba porque eso era la zona pija. Justo en ese momento se estaba produciendo la eclosión de la ciudad como destino turístico internacional y todo lo que era El Borne aparecía

en las revistas de tendencias de todo el mundo. Recuerdo en un vuelo a una feria en Australia que en la revista del avión había un reportaje de la coctelería a la que iba todos los días, el Gimlet. Había dos, uno en la calle Amigó, el de arriba, y otro abajo. Nosotros entonces íbamos al de abajo, que era un sitio más alternativo con un ambiente muy heterogéneo.

El pijerío intelectual barcelonés siempre ha tenido un estilo de vestir relajado, en el que notan las ganas de experimentar el diseño. Ahí había personajes que tenían locales, que trabajaban también en editoriales, revistas de moda y tendencias pero que tenían orígenes diversos, no eran pijos canónicos. Mucha de esa gente venía de Nou Barris y no tenía interés en los apellidos. Eso era más típico de la pijería tradicional. Aquí los mecanismos para pertenecer eran otros: haber hecho un disco, haber escrito una novela… aunque muchos de ellos hicieron un disco o una novela y luego no hicieron más. La vida social no era en casas, el patrimonio inmobiliario no era lo importante. En esos ambientes había mujeres muy activas como Estela Montetes o Cristina Fallarás, que conocían a todo el mundo, estaban metidas en muchos saraos. Por ahí andaban Francisco Casavella, que estaba siempre muy presente, con esa literatura en la estela de Juan Marsé, o Vila Matas cuando todavía salía. Mi sensación es que no era difícil entrar en esos círculos pero igual si le preguntas a alguien que estaba deseando venirse de copas con nosotros te dicen que sí. Es verdad que si venías dos veces y eras un coñazo, ya no había una tercera. Un coñazo podía ser alguien que no entendiera los códigos, que estuviese demasiado preocupado por formar parte de la escena, que no tuviera sentido del humor, que pusiera complicaciones a la hora de ir a un sitio o a otro. Claro que había droga: éxtasis, cocaína, marihuana, pero la noche no orbitaba en torno a eso. La noche podía empezar comiendo con algunos amigos en un restaurante más o menos barato o más o menos caro, porque no teníamos un duro pero vivíamos muy bien. Luego nos íbamos a alguna terraza en El Borne y acabábamos en el Nitsa o el Astin, o algún local en Gracia, donde íbamos a bailar, los que bailaran. La conversación podía ser exigente en ocasiones pero no era una competición de a ver quién sabía más: todo el mundo había leído, todo el mundo podía seguir una conversación inteligente.

La política y el independentismo no era un tema de conversación. Una de las mayores sorpresas que me he llevado en mi vida fue cuando

Antonio Baños, un personaje habitual en esa escena, se presentó a la Generalitat como independentista. Yo me he corrido grandes juergas con él y jamás en la vida le importó ese tema. Sí había personajes como Kiko Amat o Xavi Calvo, que eran la encarnación del working class hero, pero la mayoría éramos votantes de un PSOE moderado más o menos. Por supuesto que había escritores en catalán que eran más activistas de la lengua, pero Barcelona miraba al mundo, quería ser una capital europea global y no la capital de Cataluña. La política no era algo que nos dividiera. Yo creo que por un lado éramos jóvenes y por otro España iba como un tiro. No había estallado la crisis de 2007, no había necesidad de pensar en ello.

Recuerdo la sensación de tener poco dinero y de vivir a crédito pero también te diré que en ese sentido era un privilegiado porque mis padres tenían una buena situación económica. En cualquier caso era más barato vivir entonces, los pisos eran más baratos. Muchos vivíamos en El Borne y nos veíamos por ahí. Barcelona de 2000 a 2010 pasó de recibir seis millones de turistas a recibir el triple y eso lo estropeó todo. La zona de abajo se puso de moda y el turismo la destrozó.

En la feria no se paga con dinero

MARÍA, 42 AÑOS

Mi primer recuerdo de la feria está ubicado lejos de Sevilla, en un pueblo de la sierra, donde viven supervivientes de lo pijo por muchos motivos. Yo me he criado en un sitio apartado de todo, donde desde pequeños nos ponían los dibujitos en versión original para que aprendiéramos inglés porque no había otra. Las noticias que me llegaban del exterior las traían mis padres cuando se iban de viaje por placer, en cambio cuando viajaban por deber volvían con algún regalo. Había en aquel tiempo una modista que era la que hacía los vestidos de gitana más guays. Cuando éramos pequeños en casa había una jarana de no creer y esta señora aparecía por casa y traía una maleta con los vestidos que estaba haciendo. Recuerdo una vez que los vi y me los probé y cuando me levanté por la mañana mi madre nos había comprado algunos, con esa forma ochentera que los volantes de las mangas llegaban hasta la cintura.

El plan de los niños bien que empiezan a ir a la feria de noche con catorce años es la caseta de Pineda, que es el club Puerta de Hierro de Sevilla. La caseta del Aero está al lado de Pineda. El Aero es el típico club de caballeros al estilo inglés del centro de Sevilla, de toda la vida, en el que ya entran las señoras, pero entran poco. En la feria de día los socios organizan almuerzos, que no comidas, y ahí es cuando sacan los coches de caballos, los enganches, que no carrozas. Estos matices son importantes: no se dice traje de flamenca sino traje de gitana. Hay un argot que si lo usas mal estás tachado. El Aero de día es más familiar, aunque no hay niños, los niños con sus padres están en Pineda. La gente pasea a caballo de corto y de amazona y por la noche ya son las cenas de mayores, en la que cada nueva generación son clones de sus padres. Te dan dos besos si no te conocen y un beso si hay confianza. Por la noche con la cena hay un flamenquito y a todo el mundo le encantan los Alpresa. Después hay copas y es cuando los niños empiezan a emborracharse muchísimo. Ahí es donde yo me he emborrachado lo más grande. Yo a la feria voy una mañana con su noche porque en el fondo es un poco cansado.

Si lo tienes interiorizado te sale solo, pero si eres de Madrid tienes que llevar un cuaderno con todos los deberes y si no te acuerdas de algo se

nota muchísimo. Por ejemplo, unos vaqueros no se los pone ni el neng más neng, es una prenda que no existe. El que sabe es el que mezcla un poco la americana con el encaje con un mantoncillo con un mantón. En la feria cuando más se liga y cuando tienes más te integras, es cuando te invitan a montarte a la grupa, pero siempre de gitana, para eso es fundamental vestirse, si no estás out. Depende del tiempo que aparezcas en la misma grupa, pues ya sabes... Estás tan tranquila en la caseta con tu rebujito y aparece uno que invita a dar una vuelta. Y las elegidas son las que a las ocho se van al parque con el grupo de caballistas, toda una experiencia. El año pasado estuve en la caseta de un francés enamorado de Sevilla que alquila pisos de megalujo a nivel mundial y organiza una cena donde va la alta sociedad de Sevilla. Luego hay casetas donde sirven champán y marisco a muerte, aunque eso no es lo de toda la vida: la feria es de vinos de jerez, de Tío Pepe y manzanilla con su cubito de zinc para que no se caliente y platos de jamón, de queso, langostinos de Sanlúcar y tortillas de patata y si hay que empapar, montaditos de solomillo al whisky. Eso sí, claveles por todos lados.

Tú cuando te invitan a una caseta no puedes llevar a alguien de mochila improvisando, porque en la feria no se paga con dinero, excepto en las casetas de las organizaciones políticas y los distritos que son públicas y de libre acceso. Por cierto, este año el PSOE ha perdido la suya, a ver cómo se organizan y dónde se reubica. El que invita a su caseta paga todo y si apareces con tres acoplados, pues les haces una faena porque además está el tema del aforo y las casetas privadas suelen ser muy pequeñas. El calzado te delata. No se puede ir con una bota boho chic: con unas sandalias de esparto con un taconcito sí, pero no con esas botas de vaquero, no. El tema de bailar... pues está la que ha ido a una academia y se nota un huevo y luego están esas señoras, los cisnes de Capote sin cuello, que digamos, de pronto te dicen que la mano tiene que estar muy alta, el hombro arriba y que no me preguntes por qué es así. Es mejor parecer una holandesa patosa a que se te note la academia. Yo soy de Lola Flores, lo tengo metido en el cuerpo y he perfeccionado la alegría y la bulería.

En las casetas es dificilísimo drogarse, y está fatal visto, el sevillano bien nunca ha visto un pollo o se lo hace, así que cuidadito. Lo mejor sería una raya antes de llegar y luego una microdosis. Alguna vez la noche no fluye porque no estás cómoda con el vestido o porque por la noche refresca y no te has abrigado y peor es cuando llegas y no se cabe y de

pronto la noche no es divertida. O se te han metido en la chepa tres amigas de Madrid que no tiene plan. La feria tiene que ser lo más libre posible, para poder meter tu picaresca en la noche. Y además a veces tienen que tomar decisiones como dejar a todo el mundo tirao porque te llaman: «Vente a Joselito el Gallo». Luego tienes que tener claro a qué hora te vas, porque para los taxis y el autobús no hay clases. Eso sí, en la lanzadera, que es el autobús que va al Prado de San Sebastián, no hay clases sociales, lo mismo está el de la caseta de distrito que te encuentras con una niña mona de las que se fueron a Madrid y triunfaron y ahora salen en las revistas de diseño. Pero antes de la lanzadera, paradita técnica en los buñuelos con las gitanas, que pilla al lado y te vas con el chocolate tomado y un buñuelito que te hace la cama. Y mañana más.

A mis amigos del Colegio Estudio no los mezclaba con los del barrio

JACOBO, 40 AÑOS

La primera vez que fui a la casa de uno de mis amigos del barrio, que dentro del grupo era de los más pobres, rozando el lumpen, sus padres eran muy conservadores y me sorprendieron sus puntos de vista, así que luego en casa comenté: «Qué curioso que esta gente tan pobre sea tan de derechas» y mi padre me dijo: «No tienen por qué tener los mismos intereses que tú». Yo en ese momento vivía la mitad de mi tiempo en el barrio y la otra mitad en una zona noble del centro de Madrid y sentí que mi padre me estaba señalando. Siempre hubo la broma de que vivía entre casa rica y casa pobre y es posible que el hecho de que me lo recordase me haya hecho tener más conciencia de clase.

Poco después, cuando ya iba a un colegio privado, celebré un cumpleaños en casa de mi padre, en el barrio, e invité a unos cuantos compañeros al barrio y mientras íbamos en el coche hacia allí uno de ellos dijo: «Joder, qué edificios más feos». Se me cayó una losa encima. Fue la única vez que sentí unos ciertos nervios de que subiesen a mi casa «de pobre». Luego, cuando me eché mi primera novia en el barrio de mi padre noté de verdad las diferencias de clase. Mi madre se había mudado a un chalet, pero se había ido a vivir al extranjero y yo me quedé con toda la casa para mí y la sensación de distancia y de juicio era patente.

Yo no he usado mi casa de forma consciente para ganar voluntades, pero tu propia vida arrastra eso, hay esa cosa que dinero trae dinero, no es una cosa que te tengas que explicar a ti mismo. Alguna vez puede ser que me sintiera usado pero tampoco de una forma muy obscena. El trato con la mujer que lleva veinte años trabajando en casa era muy pulcro: me hacía yo la cama y tenía muy claro que mi ropa la recogía yo y todo eso, pero es verdad que no teníamos que pensar en la comida. En mi casa anterior había trabajado una señora que era de un país africano y cocinaba comida centroafricana. Mis amigos venían a probarla y era muy marciano.

Mi novia y yo discutíamos mucho porque ella tenía una especie de complejo de inferioridad y siempre me recordaba que en mi familia

éramos privilegiados. Luego ese mismo sentimiento lo he tenido yo cuando me eché amigos del Colegio Estudio. En mi colegio privado había un cierto sentimiento de pertenencia, pero no un grupo tan sólido, donde el reparto de dádivas y de dinero fuese tan claro. El Estudio tiene un sistema de promoción muy fuerte, muy sectario, con mucha conciencia de élite, ya sea en la forma de conseguir trabajos, en cómo se compran las cosas unos a otros, de cómo se apoyan en lo que cada uno esté montando. Siempre he sentido cierta incomodidad, incluso con gente a la que quiero mucho, porque siempre se espera un cierto intercambio y por mucha confianza que tengas siempre estás con un pie medio fuera. Los que forman parte de eso en muchos casos son sagas familiares, grupos de gente que incluso ha veraneado siempre junta, entonces es como una red muy tupida, una red muy parecida al Colegio El Pilar. Es como El Pilar progre, en el sentido de que no existe la religión como objeto de estudio, aunque muchos la practican, y de que ponen mucha atención a la cultura y una cierta idea de reparto justo del mundo. Los amigos del Estudio y del barrio eran mundos tan diferentes que no los mezclaba. He hecho compartimentos estancos toda mi vida, pero que nacen en realidad de que ellos tampoco están a gusto juntos. Así que en verdad lo hago para ahorrarme los juicios de unos u otros.

Cuando empecé a hacer diseño en el IED fue cuando conocí a la gente del Estudio. Noté un cambio muy grande con respecto a mis compañeros de la universidad, aquella era gente muy fiestera, lo que Poppy Blasco llamó generación postwindsor, niños bien que venían de Las Rozas. Se produjo un contraste de clases muy fuerte en 2008. Cuando entré yo la matrícula costaba seis mil pavos, que ya era un dineral brutal, pero cuando llegó la crisis la decisión no fue bajar los precios para que la clase media golpeada española estudiase: tiraron hacia plutócratas de todos los países. Yo empecé a dar clases y los alumnos que tuve estaban pagando dieciséis mil euros. Había mucho pijo latino con bolsos de marcas. Los que quedaban de España ya era gente con un nivel de desapego muy fuerte: eran muy conscientes de que estaban pagando y querían que les ofrecieran un servicio. Había una chavala que era de la familia Ferrari y tenía costureras privadas para hacerle los trabajos. A veces hasta nos trataban con desprecio. En mis amigos del Estudio noté un cambio muy grande también con la crisis: esa idea abstracta del reparto empezaba a ser menos importante y muchos defendían que inevitablemente alguna gente se tenía que quedar por el camino. También con el procés hubo una especie de fervor nacionalista español

bastante generalizado. Algunos de ellos fueron los que se encargaron de montar los primeros puestos de un mercado cuando lo gentrificaron. Iban de alternativos: montaron una revista de arte y una editorial. No sé si mis amigos del barrio me considerarían hipster: nunca he ido a los bares de viejos con ironía, sino totalmente en serio. Para mí es muchísimo más importante el capital cultural y creo que eso es lo que compartía con mis amigos del barrio, aunque tuviésemos esas diferencias de clase.

No cortar las croquetas con cuchillo

ALFONSO, 40 AÑOS

A los dieciocho años estaba muy perdido sobre qué hacer y los de ICADE venían a mi cole y nos daban a todos los de COU una gran charla donde te lo vendían genial. Te contaban que era formación de muy alta calidad con la que encontrabas trabajo seguro: el mayor reclamo era que hacías prácticas en empresas desde segundo de carrera y eso significaba que ibas a tener trabajo. Entonces la obsesión era que los estudios tuvieran «salidas».

En el círculo en el que estabas no hacía falta que te vendieran lo de hacer contactos, porque tú ya formabas parte de esos círculos, era una cosa integrada y asimilada: todos éramos muy conscientes de los que tenían padres famosos o ricos. No condicionaba las relaciones, pero era un tema claro, que sabíamos. Yo iba a clase con el hijo de Ruiz Gallardón, con el de García Margallo, con el hijo de Alicia Koplowitz, los de Aznar y los de Rato también habían ido allí. Había cierta conciencia de clase pija y algunos hasta creaban hermandades sui generis. Unos compañeros se consolidaron como grupito que se hacía llamar «Los Obtusos». Se hicieron sudaderas con el nombre impreso y todo. Luego, cuando llegaron las chicas, en bachillerato, crearon una réplica. Se hacían llamar «Las Merequetengue».

En el cole se hablaba mucho de cómo íbamos a entrar en ICADE, aunque no era un sistema de acceso normal: en las universidades públicas se juntaban las notas de selectividad con las del bachillerato y entrabas si conseguías la nota de corte, pero en ICADE no había nota de corte. Ahí podía entrar cualquiera que hubiera aprobado selectividad, aunque tenían su propio examen, una prueba académica. Recuerdo que a muchos les daba igual la selectividad porque ellos iban a ir a ICADE y sabían que simplemente tenían que aprobar. La auténtica élite estaba en E3, que era la doble licenciatura de Derecho y Administración de empresas. Eran clases académicas, pero también de estatus: si solo hacías E1, Derecho, era el escalón más bajo de prestigio, E2 era de más salidas y más pasta que Derecho, pero a E3 iban los que tenían que seguir en la empresa familiar y su misión era claramente prosperar.

En mi cole la sensación eran los polos Fumarel y los zapatos náuticos,

las sudaderas de rugby y las chaquetas guateadas con el cuello de pana. Los más guays llevaban un flequillazo a un lado que parecía una peluca que les tapaba los ojos. Cuando llegué a ICADE recuerdo que no había pantalones vaqueros ni deportivas. Yo iba con una camiseta de los Rolling Stones, pero en general los chicos iban con chinos y camisas y las chicas con pantalones de pata de campana. Mucho polito, pendientes de perlas y eso sí, muchísimo maquillaje en la cara, eso que se llamaba «pote». Ellas llevaban también un flequillo enorme a un lado, que les nacía como en la sien.

No recuerdo adoctrinamiento por parte de los profesores de corte político, pero me impactó mucho que entre los alumnos se hablaba mucho de dinero con sueldos y cifras concretas. Como en segundo empezaban las prácticas, a muchos les preocupaba en qué momento podrían ganar equis dinero. Tenían referencias clarísimas de hermanos mayores, primos, padres, que lo habían hecho y se veía que formaba parte de la tradición familiar. Lo más valorado eran los despachos de abogados o las consultorías, más incluso que banca o finanzas.

Esa sensación de que les importaba mucho el dinero fue lo primero que me empujó a irme. No eran unos gilipollas, a mí nadie me trató mal, pero no conectaba nada con ese rollo de tíos haciendo hermandad en el clan de los bares: instauraban códigos comunes muy rápidamente, muy forzados. Decían: «Hay que ir al Chester que están estos», como si fuese una cosa muy asumida y muy establecida de siempre. Era como si tuviesen mucha prisa por crear una escena social común, como si hubieran ido expresamente para eso.

Luego había el típico colegueo de los chicos por un lado y las chicas por otro. Se repetía la dinámica del colegio, donde no había chicas hasta bachillerato, lo que provocaba que consideraras a las tías un ente extraño, porque no tenías amigas. No te sabías relacionar, porque nunca habías hablado con ellas y cualquier interacción con mujeres era como una prueba, una especie de teatralización y esto en ICADE era claro también. La gente no se da cuenta de que la educación segregada provoca que tu única visión de las chicas es que tienes que ligar, pero como en una especie de teatralización en la que te tienes que reír de la tía. No buscas caerle bien porque no quieres que sea tu amiga, solamente buscas una reacción.

El tema político me distanciaba mucho y eso que éramos jóvenes, pero

era la época de la guerra de Irak. La manifestación del No a la Guerra fue mi último año del cole y ese fue mi despertar político. Mi año de ICADE fueron las elecciones del 11M, el año en que Zapatero estaba haciendo campaña y en aquel momento para los de izquierdas era el gran renovador. Para la gente de ICADE era el demonio y se veía que esto estaba muy mamado de familia, estaban programados para opinar eso. Cuando ganó, llegué y vi que todo el mundo estaba hablando de eso como si fuese un desastre gravísimo. Yo fui con un polo rojo, en uno de mis tristes gestos de rebeldía. Tampoco es que yo fuera el super izquierdista, pero me separaba mucho del resto que no tenían gustos culturales: las pelis, la música, los libros…, de eso no se hablaba.

Cuando decidí marcharme a la pública no fue la conversación más cómoda del mundo con mis padres. Se habían gastado un pastón salvaje y yo ahora lo iba a tirar a la basura, pero me comprendieron. Me marché a Getafe, a la Carlos III. Yo no me autopercibía como pijo y de pronto cuando me fui allí todos me consideraban así y me di cuenta del súbito cambio de escenario. Mis amigos de la uni venían de institutos y nuestra experiencia educativa y social había sido muy diferente y nos hacía gracia comprobarlo. Al principio, por ejemplo, me resultaba muy extraño escuchar a las mujeres decir tacos o que hablasen de sexo de una forma tan desenfadada. Una vez a una amiga le dije que no cortara la croqueta con cuchillo y, claro, ella flipó.

Al partir, un rifle y un reloj

MÓNICA, 30 AÑOS

A partir de los veinte años los adultos empiezan a observarte: «A ver por dónde se encamina esta niña». Pronto empiezan a sonar los nombres de otras chicas que se están casando y te preguntan a ti: «¿Tú cómo te casarías?». Y así, con los comentarios de las bodas ajenas se va construyendo la idea de la tuya propia.

Lo de convivir antes de casarse es rarísimo y se comenta: «Vaya disgusto tiene la madre». Yo «hice trampas» porque vivía en Madrid, pero como no todo el mundo se va fuera de Sevilla... Tengo una amiga en la pandilla que nos hace hasta novenas a las que hemos vivido con nuestros novios.

A mí me impactó cuando una amiga del colegio se casó a los veinticuatro años con un hombre diez años mayor que ella. Me preguntaba cómo era posible que estuviese renunciando a ser joven, y obviamente era por la posición de él. No se verbaliza en alto la preocupación porque el novio sea rico. Yo nunca he escuchado a una niña decir: «No pasa nada porque sea un pringado y esté gordo o sea viejo porque como tiene un apellido con guiones y dos campos pues me compensa». Eso opera de una forma muy inconsciente. Muchas chicas quieren asimilarse a su familia y perpetuar lo que ya conocen, que la tradición y el orden se respeten.

La pedida se organiza dos meses antes de la boda. Allí se hace intercambio de regalos: la familia del novio regala un anillo o unos pendientes a la novia y la familia de la novia a él un reloj o un rifle para cazar. En este entorno da tono celebrar una boda con muchos invitados. Una de cien personas se considera íntima: lo normal son cuatrocientos o quinientos invitados. Yo no quise hacer ese tipo de celebración en la que los novios se sacan de la manga mejores amigos y cada uno trae a más amigos, todo con la idea de que se vea que hay una red social muy potente. Se rascan ahí amigos de donde sea: los del club, los de la pandilla de la playa, los del trabajo, unos con los que fuiste una vez a un viaje... y por supuesto los familiares. Luego es que las familias son muy numerosas. Yo he llegado a ir a cuatro bodas de cuatro hermanos dentro de un mismo clan. Tengo una amiga que llegó a

ir en un solo año a 33 bodas. Y conforme te haces mayor, va a peor, porque llegan las bodas de los hijos de los amigos.

Lo de la organización de la boda es una tarea femenina; los hombres como mucho dan aprobación a cosas, pero no se implican. En la clase alta sevillana todos los excesos que ahora están de moda —poner fotomatones, un señor con zancos, carritos para las mesas— se consideran de mal gusto. La idea de tener un wedding planner no está bien vista: conozco a gente con muchísimo dinero cuyas bodas las organizaron las cien primas y las hermanas, no alguien de fuera.

Como las bodas están asociadas al rito católico, la idea de montar un festival se contempla como un derroche y una ridiculez de nuevo rico, igual que poner flores excesivas. En la iglesia suele actuar un coro y lo normal es que suene música sacra. La madre del novio va con peineta y mantilla, que son patrimonio de la familia: ya la abuela se la puso antes y antes la bisabuela… Una boda con una madrina con peineta conlleva ciertas cosas.

En algunas ceremonias suena el himno de España al final. En la última que estuve se pidió por la raza y por la patria, pero no es lo habitual.

En cuanto a la localización, aunque tengas muchas propiedades, las bodas se suelen hacer en fincas con las infraestructuras ya equipadas, porque de lo contrario las obras, toda la logística, puede ser un calvario. Hay un circuito de fincas con prestigio y la opción más cara es una hacienda del siglo XVI que a alguna gente le gusta porque hacerlo ahí significa que lo puedes pagar. Se han ido tolerando muchas cosas que a las generaciones previas les parecían espantosas, como lo de agitar las servilletas en el aire. Algunos mayores cuando ven eso dicen: «¿Qué va a ser lo próximo? ¿El novio bebiendo champán del zapato?».

Al ágape, los novios llegan en un coche clásico, desde un Mercedes hasta un Jaguar, que puede ser de la familia o de algún amigo de los padres que lo cede para la ocasión. También, dependiendo de lo hippies que se crean los contrayentes, pueden llegar en un pick-up o un Mehari. Dar mucha comida tampoco está bien visto, ni eso de cortar una tarta nupcial o dar un regalo a los invitados de recuerdo. Se sirve tarta árabe y se da como mucho un abanico o un paipai para que las mujeres se refresquen o unas alpargatas para que puedan bailar sin tacones. ¿Pero regalar una barra de labios de Guerlain? Ni hablar. Es ostentoso.

Lo más espectacular que he presenciado en una boda fue ver a la novia bailar flamenco con un caballo de doma montado por su tío. Siempre le regala lo mismo a todas las sobrinas. Pero la verdad es que en general todas las bodas son iguales, a veces parecen un sueño recurrente.

La boda la pagan los padres y poner la cuenta corriente en la invitación, por supuesto, no se debe. Luego se cotillea durante semanas sobre la boda, hasta la siguiente. «El catering flojito, ¿eh?», «¿A quién se le ocurre poner tres platos?», «El pescado frío estaba seco».

La luna de miel tiene que ser a un sitio lejano. Después de la pandemia hubo un boom de gente que se iba de safari, porque como el marido caza, hay esa idea de que ya que se ha casado, por lo menos que se lo pase bien.

En muchas bodas me espanta darme cuenta de que los novios no están juntos en ningún momento, sino todo el rato saludando a gente y luego a lo mejor incluso cada uno divirtiéndose con su pandillas, por separado. Yo, como estoy casada, ya en la última me fui a las once, porque qué pintaba yo allí. Los casados en general se van pronto, no es lo normal que se queden. La vida festiva cambia mucho una vez te casas: en la feria, por ejemplo, ya no puedes ir con tus amigas de una caseta a otra. Se espera que la pareja vaya siempre junta por norma y entonces se alternan ratos con la pandilla de él y ratos con la pandilla de ella. Pero es totalmente verdad que de una boda sale otra: los jóvenes se quedan hasta las tantas y mucha gente se lía ahí; te das cuenta porque empiezan a sucederse las bajas, la gente va desapareciendo, que una finca tiene muchos recovecos. Es parte del juego. Como decían en El Gran Gatsby: «Las fiestas más grandes son las más íntimas».

Malcrían más las marcas que las familias más pijas

MÍRIAM, 27 AÑOS

No me gusta que me llamen influencer porque es un término que te encasilla demasiado. Está más connotado incluso que «pijo», porque el pijo español, sorprendentemente, está encantado de que le llamen así. Se sienten orgullosos porque les posiciona en una clase social de la que quieren formar parte. Eso solo pasa en España y lo he comentado en alguna cena con extranjeros, que se sorprenden de eso. Antes en España ser pijo significaba ser esnob, pero hoy en día para muchos es simplemente que te pone en una posición buena, que no necesariamente se identifica con tener dinero, sino más bien con ser niño bien, de buena familia.

Yo empecé muy pronto en Instagram, pero siempre tuve muy claro que no iba a contar nada de mi vida personal ni de mi familia, que es lo que más vende. Al principio hacía fotos para mis amigas que tenían marcas y luego poco a poco me empezaron a pedir que saliese yo. Creo que quizás es porque me muevo bien entre dos mundos: el suyo y el creativo. Yo me muevo en diferentes ambientes, pero no es lo habitual entre la gente de clase alta en España, que es muy cerrada: viven todos en los mismos barrios, se van los fines de semana al campo y comen y cenan con sus hijos en los mismos sitios. Por eso te digo que está muy inculcado entre las clases altas españolas que lo de ser «pijo» tiene que ver más con el entorno en el que te mueves que con cuánto dinero tienes.

España es uno de los países que menos ostentación hace en su día a día. No es de enseñar cochazos, por ejemplo. Tuve un novio inglés que gastaba muchísimo, era una cosa absurda. Yo me moría de vergüenza porque a mí nunca me han inculcado eso y se lo decía. Una vez me contestó: «Miriam, este dinero yo me lo he ganado. He ido toda mi vida a un colegio inglés bueno y he estado rodeado de gente que podía gastar y ahora me toca a mí». Yo ahí comprendí que es muy diferente la forma de gastar entre la gente que nace en una familia sin capacidad de generar dinero que la que sabe cómo generarlo. Entre las clases altas en España hay muchos rentistas, entonces tienen patrimonio, pero no saben cómo generar el dinero. Las familias que no saben cómo generar dinero nunca van a despilfarrar.

En mi familia siempre me inculcaron la importancia de no hacer ostentación, también por motivos de seguridad. Así que por eso siempre intento despistar con la información que doy, con las fechas, la localización. No me gusta mostrar a mi círculo íntimo. Muchas veces parece que ciertos amigos son más cercanos de lo que en realidad son: solo subo a la gente que quiere estar en las fotos porque vive de esto. Es cierto que mi faceta de influencer me permite financiarme proyectos y es una parte muy importante de mi economía. Sería mentira si dijese que es un dinero muy difícil de conseguir. Por eso pienso que las marcas están creando diablos, niñas consentidas a las que las firmas les dan lo que sus familias jamás les permitirían. Mis padres siempre han intentado no darme de más, aunque igual se lo pudiesen permitir, para no hacer de mí una malcriada. Pero es muy común ver a niñas a las que invitan a un hotel de cinco estrellas y que se quejan porque su habitación es peor que la de otra compañera. Malcrían mucho más las marcas que cualquier familia del mundo pijo. A mí misma me pasa a veces que cuando voy de viaje pagando yo misma y el servicio no es el que me esperaba, me doy cuenta de lo mal acostumbrada que estoy. Cuando de pronto todo te ha salido carísimo, pero es un desastre y te quedas en recepción esperando tres horas y nadie te mira a la cara, dices: «Soy un don nadie» porque en realidad todos lo somos. Las influencers ofrecen una visión completamente sobredimensionada y los hoteles las tratan muchísimo mejor de lo que tratan a cualquier cliente. Aunque pagues una habitación en un hotel de lujo, si vas como una clienta cualquiera, no como influencer, no hay cesta de fruta sobre la cama, flores en la mesilla, ropa de regalo en el armario y un chófer superpuntual en la puerta. Es que eso no ocurre ni en la familia más pija.

Pasa incluso con la ropa: alguna vez me han mandado algo y a otra amiga que me lo ha querido copiar le han cobrado un delivery que yo no sabía ni que existía. He tenido muchas crisis de conciencia por el tema del consumismo por el consumismo. Ojalá todas las crisis fueran de abundancia, pero es que después del covid ha ido a peor. Los regalos, los viajes... Eso no quiere decir que los regalos me molesten, claro. Si me mandan unos altavoces de Bang & Olufsen pues mira, escucho música con el mejor equipo que hay, pero me molesta mucho cuando son cosas cutres, cosas que en realidad generan residuos y que ellos saben que van a la basura: tote bags, camisetas absurdas, merchandising. Las influencers que me dan más pereza quizá son las que tienen presencia solo porque se han casado con alguien que interesa a la prensa, pero que

no aportan más en sus perfiles que looks insípidos incitando al consumismo y mostrando una vida que sé que no se corresponde con la suya. Muchas veces esto no solo es culpa de ellas, sino también de la sociedad en la que vivimos, la prensa y las marcas que deciden potenciar estos perfiles. Que una marca pague decenas o cientos de miles de euros a alguien que no ha trabajado en su vida, ni aporta nada más que un mundo de fantasía que no existe, ¿cómo nos deja como sociedad? ¿Qué estamos enseñando a las nuevas generaciones? ¿Que hay que casarse bien?

Por supuesto que las redes te abren puertas que son superútiles, sería mentira decir que no abre puertas. Para mi marca, me ayudan mucho, por ejemplo. Yo nunca voy a aconsejar no tener redes si tienes una empresa, pero es verdad que en España hay más pijas influencers que en ningún otro lado, porque en España, por lo que hablábamos antes, como al final tus padres no te dan tanto, por esa cosa de que no está bien visto malcriar y la ostentación, pues al final, la manera de conseguir dinero o sentirte alguien de forma más rápida y haciendo el mínimo esfuerzo es así. En otros países los trabajos de la gente digamos «pija» son más sólidos, del mundo financiero y no necesitan tener redes. En Estados Unidos, en Francia, en Inglaterra se piensa que si alguien tiene que ser influencer es porque en verdad no tiene tanto y tiene que recurrir a esta vía.

La montería del primo Gonzalo

BORJA, 25 AÑOS

Sales de Madrid de madrugada en un cuatro por cuatro y a las siete estás en Ávila. Ahí te encuentras con todos, que ya van vestidos de punta en blanco. Al desayuno vas vestido de una forma y al puesto de otra manera. Al desayuno vas más de ante y con mocasines, cuero, zapatos de cordones. Hay desde el esnob que se pone de tirolés, que es una exageración, todo comprado en Suiza, hasta el más normal. Digamos que al desayuno vas de Serbal, una tienda de Juan Bravo, y al puesto de montería Álvarez, que es como un Decathlon de pijos, con prendas que abrigan más. Yo voy con Barbour de mi abuelo, aunque también compro mucho en Sierra.

Se desayunan migas con huevos y muchísimo café. Normalmente las hace la chica de la finca o se contratan a un par de personas más que desde pronto tienen que estar preparando el taco, que es como se llama a la comida. En el desayuno se reparten los puestos y antes de ir nos reunimos todos. A veces hay un cura y se reza un Padrenuestro y un Avemaría.

Hay gente de todas las edades. Yo voy invitado porque digo que no tiro. Muy pocas chicas cazan, la mayoría van por el postureo a un puesto, preparan el picoteo y el vino y luego suben fotos a Instagram con sus hogueritas. Había un señor en la época de mi abuelo que llevaba un cocinero y se hacía unas angulas en el puesto. Hay muchos cazadores que son todo lo contrario; con mi tío Valentín olvídate de comer durante seis horas: estás a cazar. Para mí las chicas más graciosas que van a las monterías son las que cogen las cosas de papá, el Loden, las gorras.

Yo tengo costumbre desde pequeño de ir a cazar, pero a mi padre no le gusta mucho que vaya a las monterías porque con él desde pequeño he cazado a rececho, que es buscar tú solo un animal en tu finca. El guarda te avisa de dónde hay animales y vas ahí. Los guardeses de la finca de mi abuelo me daban mucho miedo, en especial uno que tenía una técnica acojonante. Tirar con rifle es muy divertido, pero tienes que tener conocimientos. Conozco a gente que se ha llevado buenos sustos. Hace poco un primo mío estaba de retirada y un señor disparó a un conejo y le dio con un perdigón en un brazo, pero como dijo el señor del

submarino que explotó yendo a ver el Titanic: si no te gustan los riesgos, quédate en casa.

La jornada se puede alargar mucho si hay mucha niebla, pero normalmente es de nueve a tres. A las tres se empiezan a recoger las reglas, que son los perros que van espantando a los bichos. Te avisan del alto al fuego. Luego al taco, que suele ser un plato de cuchara que está buenísimo. Después del taco empiezan a llegar más chicas desde Madrid. Los mayores ya se retiran y a las cinco o así empieza el coperío en la casa grande. Siempre me sorprenden las chicas que pueden venir desde Madrid a un enclave en medio de la nada solo a ligar. Va todo el mundo salidísimo, es el ambiente donde más morbo he visto en mi vida. Sobre las once ya suele venir un dj y luego cuando todo el mundo está a punto de caer en el coma etílico llegan unas hamburguesas. En mitad de la nada aparecieron como cincuenta hamburguesas de McDonalds.

Agradecimientos

A mis padres, que me lo han dado casi todo; a mis abuelas, Julia y Milagros, por haberme llenado la cabeza de pájaros; a Pablo Zamora, que me ha arropado y ha soportado mis «tubos»; a Jaime Zatarain, que se ha ilusionado con mis locuras; a Guillermo Alonso, que sabe lo mucho que se sufre a veces escribiendo; a Sofía Ruiz de Velasco, que nunca dice «no se puede»; a Dani García, que me trajo a donde estoy; a Silvia López, que se leyó esto cuando aún era un manuscrito infumable; a Leticia García, que lo mismo; a Marta del Riego, que me dijo que podía darle una vuelta más cuando pensé que no; a Isa Calderón, que siempre me ha esperado; a Lucía Lijtmaer, que siempre me ha aconsejado; a Víctor Aertesen, que siempre me ha escuchado; a Blanca Lacasa, que siempre me ha animado. Y a Gabriela y Jan, mis otros padres en esto.

Bibliografía

Adam Kuper, Incest and Influence: Te Private Life of Bourgeois England (Harvard, Harvard University Press: 2009).

Adela Cortina, Aporofobia, el rechazo al pobre. Un desafío para la democracia (Barcelona, Paidós: 2017).

Agustín de Foxá, Madrid, de corte a checa (Barcelona, Planeta: 1993).

Aline Griffith, La espía que vestía de rojo (Barcelona, Ediciones B: 1987).

Asunción Castro, «¿Qué historia aprendían "los chicos del Preu" en 1964?», XXV años de paz franquista. Sociedad y cultura en España hacia 1964 | coord. por María Asunción Castro Díez, Julián Díaz Sánchez, 2017, pp. 127-160.

August Bebel, La mujer y el socialismo (Madrid, Akal: 2018).

Carles Feixa y José Sánchez García, «De las culturas juveniles a los estilos de vida: etnografías y metaetnografías en España, 1985-2015», Revista de Estudios de Juventud, N.º 110, 2015, pp. 105-129.

Carlos Falcó, La buena vida (Madrid, Espasa: 2016).

Carmen Martín Gaite, Usos amorosos de la posguerra (Barcelona, Anagrama: 1987).

Chrystia Freeland, Plutocrats: Te Rise of the New Global Super-Rich and the Fall of Everyone Else (Nueva York, Penguin Books: 2012).

Cristian Segura, Gente de orden. La derrota de una élite (Barcelona, Galaxia Gutenberg: 2022).

Dana Thomas, Deluxe: De cómo el lujo perdió su esplendor (Barcelona, Editorial Superflua: 2023).

David Martínez López, «Sobre familias élites y herencias en el siglo xix», Historia contemporánea, N.º 31, 2005, pp. 457480.

Edward Shorter, Te Making of the Modern Family (Londres, Collins: 1975).

Emmanuel Rodríguez, El efecto clase media (Madrid, Traficantes de sueños: 2022).

Fernando Vizcaíno Casas, Hijos de papá (Barcelona, Planeta: 1979).

Françoise Carner, «La familia y la Revolución industrial», Diálogos: Artes, Letras, Ciencias humanas, Vol. 18, N.º 2 (104), marzo-abril 1982, pp. 20-28.

Friedrich Engels, El origen de la familia, de la propiedad privada y del Estado (Madrid, Alianza: 2013).

Gloria A. Franco Rubio, «El nacimiento de la domesticidad burguesa», Revista de Historia Moderna: Anales de la Universidad de Alicante, N.º 30, 2012, pp. 17-32.

Javier Moreno Luzón, El rey patriota. Alfonso XIII y la nación (Barcelona, Galaxia Gutenberg: 2023).

John Carl Flugel, Te Psychology of Clothes (Nueva York, International University Press: 1971).

Jordi Costa, Cómo acabar con la contracultura. Historia subterránea de España (1970-2016) (Barcelona, Debate: 2018).

José Luis Bozal, «El papel de la escuelas de negocios en el desarrollo de un nuevo modelo económico», Economía industrial, N.º 381, 2011, pp. 19-26.

José Miguel Hernández Barral, «La nobleza en la Segunda República: la radicalización elitista», Historia y Política, 41, 211-239.

Juan Carlos Reina, Historias secretas de Marbella (Málaga, Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga: 1997).

Juan Luis Galiacho, Isabel y Miguel: 50 años de la historia de España (Madrid, Esfera de los libros: 2014).

Karine Tinat, «Los pijos de Madrid. Reflexiones sobre la identidad y

la cultura de un grupo de jóvenes», El Colegio de México, 2014, 345 pp.

Kiko Llaneras, Daniele Grasso y Borja Andrino, Atlas de oportunidades

Lino Camprubí, Los ingenieros de Franco. Ciencia, catolicismo y Guerra Fría en el Estado franquista (Barcelona, Crítica: 2017).

Luigi Amara, Historia descabellada de la peluca (Barcelona, Anagrama: 2014).

Luis Enrique Otero Carvajal y Ángel Bahamonde Magro, La sociedad madrileña durante la Restauración 1876-1931 (Vol.1) (Madrid, Consejería de cultura de la Comunidad de Madrid: 1989).

Luis Escobar, En cuerpo y alma: memorias (Barcelona, Temas de hoy: 2000).

Luis Mac-Crohon Garay, Al acecho del pasado. Diario de caza (Madrid, Verso suelto: 2021).

Manuel Chaves Nogales, José Díaz Fernández y Josep Pla, Tres periodistas en la revolución de Asturias (Barcelona, Libros del Asteroide: 2017).

Manuel Sánchez de Dios, «Unidad y pluralismo en el PSOE como partido de gobierno (1982-1994)», Universidad Complutense de Madrid Facultad de Ciencias Polticas y Sociología Departamento de ciencia política y de la administración II, 1994.

Marc Giró, Pijos. Guía práctica.

María Eugenia Yagüe, «Algodón Barroso», Magazine El Mundo, 15 de enero de 2006, https://www.elmundo.es/suple mentos/ magazine/2006/329/1137176593.html

María Gloria Núñez, «Políticas de igualdad entre varones y mujeres en la Segunda República», Espacio, tiempo y forma. Serie V, Historia contemporánea, ISSN 1130-0124, N.º 11, 1998, pp. 393-446.

Marisol Donis, Anfitrionas. Crónicas y cronistas de salones 18901930 (Madrid, Turner: 2021).

Mark Greif, ¿Qué fue «lo hipster»? (Barcelona, Alpha Decay: 2011).

Marta Rodríguez Hidalgo, Moda: los talentos de una nueva generación (Oviedo, Illus Books: 2011).

Mercedes Pasolodos, «Alta costura, costura de altura en los años 50», Indumenta: Revista del Museo del Traje, N.º 1, 2008, pp. 22-47, Ministerio de Cultura y Deporte.

Miguel Artola, El fin de la clase ociosa. De Romanones al estraperlo 1900-1950 (Madrid, Alianza: 2015).

—, «Los años sin rey. Imaginarios aristocráticos durante la Segunda República y el primer franquismo (1931-1950)», Historia y política: Ideas, procesos y movimientos sociales, N.º 36, 2016, pp. 103-127.

Modesto Gayo, Clase y política en España (Madrid, Siglo XXI: 2021).

Noël Valis, La cultura de la cursilería: mal gusto, clase y kitsch en la España moderna (Madrid, A. Machado Libros: 2010).

Patricia Espinosa de los Monteros, Clubs históricos de España (Madrid, Ediciones El Viso: 2020).

Pau Mauvido, Nosotros los malditos (Barcelona, Anagrama: 2004).

Pierre Bourdieu, La distinción (Madrid, Taurus: 2012).

Pilar Eyre, Franco Confidencial. Una historia de ambición de poder, intrigas de palacio e intimidades reservadas (Barcelona, Planeta: 2013).

Rafa Cervera, Alaska y otras historias de La Movida (Barcelona, Plaza & Janés: 2012).

Rafael Huertas y Enric Novella, «Sexo y modernidad en la España de la Segunda República. Los discursos de la ciencia», Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura, N.º 764, 2013.

Ramón de España, Barcelona fantasma: personas y lugares que ya no

existen (Barcelona, Vegueta Ediciones: 2023).

Raquel Bauxalí, «La inferioridad del bello sexo. Relaciones entre imagen, género y enfermedad en el entresiglos xix-xx», Atrio. Revista de Historia del Arte, N.º 27, 2021, pp. 204227.

Richard Conniff, Historia natural de los ricos: un estudio de campo (Madrid, Taurus: 2003).

Romualdo Izquierdo, Los Falcó: Carlos y Fernando, los últimos aristócratas (Madrid, Esfera de los libros: 2022).

Sergio Fanjul, La España invisible (Barcelona, Arpa: 2023).

Sergio Gálvez Biesca, «Cartel propaganda PSOE, 1975», Modelo del mes, mayo 2018, https://www.cultura.gob.es/mtraje/ dam/ jcr:1ef99dfa-3b3b-400c-8f12-38bc818f1ece/mdm052018.pdf

Stéphane Hessel, ¡Indignaos! Un alegato contra la indiferencia y a favor de la insurreción pacífica (Barcelona, Destino: 2011).

Thomas W. Volscho y Nathan J. Kelly, «Te Rise of the SuperRich: Power Resources, Taxes, Financial Markets, and the Dynamics of the Top 1 Percent, 1949 to 2008», American Sociological Review, Vol. 77, issue 5, 2012.

Thorstein Veblen, Teoría de la clase ociosa (Madrid, Alianza: 2014).

Filmografía

Cola, colita, colassa, Ventura Pons (2015).

Historias del Kronen, Montxo Armendáriz (1995). La caza, Carlos Saura (1966).

Los chicos con las chicas, Javier Aguirre (1967).

Los chicos del Preu, Pedro Lazaga (1967).

Sufre mamón, Manuel Summers (1987).

Tuset Street, Jordi Grau y Javier Marquina (1968).

Underground. La ciudad del arcoíris, Gervasio Iglesias (2003). Unos chicos y unas chicas, Nadia Werba (1966).

Lecturas recomendadas (ficción)

Ann Barr, Te Official Sloane Ranger Handbook. Te First Guide to What Really Matters in Life (Londres, Ebury Press: 1982).

Benito Pérez Galdós, Fortunata y Jacinta (Madrid, Alianza: 2013) y La de Bringas (Madrid, Alianza: 2015).

Bret Easton Ellis, Menos que cero (Barcelona, Debolsillo: 2023).

Carmen Laforet, Nada (Barcelona, Austral: 2019).

Eduardo Mendoza, Riña de gatos. Madrid 1936 (Barcelona, Seix Barral: 2010).

Émile Zola, El paraíso de las damas (Barcelona, Debolsillo: 2009).

Francis Scott Fitzgerald, El gran Gatsby (Barcelona, Debolsillo: 2015).

Fulgencio Argüelles, El palacio azul de los ingenieros belgas (Barcelona, Acantilado: 2003).

Ignacio Aldecoa, Los pájaros de Baden Baden (Madrid, Ediciones Cid: 1965).

José Ángel Mañas, Historias del Kronen (Barcelona, Destino: 1994).

Juan García Hortelano, El gran momento de Mary Tribune (Barcelona, Debolsillo: 2009).

Juan Marsé, Últimas tardes con Teresa (Barcelona, Debolsillo: 2016).

Manuel Longares, Romanticismo (Madrid, Alfaguara: 2001).

Miguel Delibes, Los santos inocentes (Barcelona, Alianza: 2015).

Thierry Mantoux, BCBG: le guide du bon chic bon genre (París, Hermès

Éditeur: 1985).

William Makepeace Thackeray, El libro de los snobs (Barcelona, Backlist: 2008) y La feria de las vanidades (Barcelona, Penguin clásicos: 2016).

